ゲーム批評
平成17年7月1日発行
第12巻第4号通巻98号
ゲーム批評
2005年
7月号
定価 780YEN
Vol.63
どうなる!? 新ハード
E3緊急速報!!
ソフト批評
ロマンシング サガ
ミンストレルソング
三国志大戦
ニンテンドッグス
探偵・癸生川凌介事件譚 仮面幻影殺人事件
リモートコントロールダンディSF
イース ナピシュテムの匣
シャイニング・フォース ネオ
シャイニング・フォース ネオ
シャイニングモンスターHERO
エッグモンスターHERO
エレクトロプランクトン
マーセナリーズ/ホームランド
WILD ARMS the 4th Detonator
DEMENTO/千年家族/FABLE
SRPGの王道はどっちだ!?
『ファイアーエムブレム』
『ティアリングサーガ』新作徹底比較!!
キャラゲー戦線異常アリ!?
「ゲームが売れない」の謎
ゲーム批評
2005
7
Vol.63
どうなる!? 新ハード E3緊急速報!!
MICRO MAGAZINE

WEB定期購読はじめました!

従来からの郵送によるシステムに加え、インターネット経由でPDFファイルをダウンロードする**WEB定期購読制度**がスタートしました。この機会にぜひご利用ください!

ゲーム批評 PDF版
隔月刊・奇数月末日配信
年6回発行
一年間の定期購読価格

定価780円(税込)×6回
4,680円

WEB定期購読はココがすごい!

通常版より早く手軽に
店頭に並ぶより早くゲーム批評が読める! しかも購入申し込みはすべてネット上のみでオーケー。手間のかかる郵送手続きなどは一切不要です。

バックナンバーがタダで読める
申し込み者限定特典としまして、バックナンバーの配信サービスも同時展開! 現在Vol.51～62までのファイルをそろえております。Vol.62以降についても、今後続々と追加予定!

編集部謹製のメルマガも!
希望者には編集部特製のメルマガ、題して「ゲーム批評EXTRA」を毎月2回配信! ソフト批評の一部が10日以上早く読めるうえ、本誌では見られないマル秘情報や裏事情なども続出する、かも!?

期間延長キャンペーン

6月3日～6月21日までにお申し込みの方に、お得なお知らせです! 通常は1年間のところを、キャンペーン中に下記サイトから申し込まれた方のみ、有効期間が1年2ヶ月間になります。1号分無料で読めるってことですね! 締め切りは6月21日申し込み分まで ですので、お早めに!

※当システムの管理・運営はすべて「e雑誌.net(株式会社クラビス運営)」にて行っております。 ※お支払いにつきましてはクレジットカードのみとなっております。あらかじめご了承ください。
※お申し込み時にご入力いただいたお名前、ご住所、電話番号、メールアドレスをもとに、アンケートメール、メールマガジンを送信させていただく場合がございます。ご希望されない場合は必ず登録時のチェック欄をご確認ください。

ゲーム批評 2005・7 Vol.63

＊「悪趣味ゲーム紀行」「名越武芸帖」「殺伐ゲーム超特急」は都合により休載させていただきます。
また、表紙に記載されております、ソフト批評『マーセナリーズ』は筆者都合により掲載できませんでした。お詫び申し上げます。

COVER ILLUSTRATION 緒方剛志

ハード略称
PS:プレイステーション PS2:プレイステーション2 PSP:PSP DC:ドリームキャストSS:セガサターン XBOX:XBOX GC:ゲームキューブ N64:ニンテンドウ64 SFC:スーパーファミコン FC:ファミコン GB:ゲームボーイ GBA:GBアドバンス DS:ニンテンドーDS WS:ワンダースワン NG:ネオジオ NGP:ネオジオポケット PC:パソコン AC:アーケード

ジャンル略称
RPG:ロールプレイング ARPG:アクションRPG SRPG:シミュレーションRPG SLG:シミュレーション AVG:アドベンチャー STG:シューティング 3DSTG:3Dシューティング ACG:アクション 格闘:格闘アクション ETC:その他

Topics 01

2005 July

お犬さまさま!? DSの巻き返しなるか

累計で35万本を突破したと見られる『nintendogs』。PSPとの真っ向勝負態勢がこれで整ったか。

Text by 編集部

まさかここまでヒットするとは思わなかった。DSの『nintendogs』のことだ。

昨年末からほぼ同時に発売され、その後も激しいデッドヒートを続けているPSPとDS。その戦いの軌跡はこれまで本誌でも追ってきたが、低年齢層以外への訴求力に欠け苦戦すると見られていたDSが、このソフトで一挙に盛り返したような形である。

そもそも「たまごっち」や『どこでもいっしょ』の例を見るまでもなく、携帯ゲーム機と育成ゲームは非常に相性がいい。「世話をする」という行為そのものがゲームになっているのだから、できるだけ小まめに世話を焼ける＝いつでもプレイできる携帯ゲーム機はうってつけなのだ。

しかも本作の場合、タッチパネルというDS最大の特徴を「愛犬との疑似スキンシップ」に利用する巧妙さ。これまではタッチパネルを有効に活用したタイトルは、正直なところほとんど存在しておらず、せっかくの新機能も宝の持ち腐れ状態だったのだが、ここに来て本領発揮という結果になった。

対するPSPとしては、やはり劣勢に立ってしまったように思える。実際、5、6月あたりのソフト発売スケジュールを見ても、中心となるのは移植作ばかりで、正直期待をあおるものはないと言わざるをえない。

ハードの特徴として、ゲーム性にそのまま直結する機能が通信機能ぐらいしかない、という弱みが、ここに来て明らかになってしまった感もある。やはり任天堂の入出力デバイスに対する長年のこだわりが実を結んだということか。

とは言え、今後しばらくはDSの天下か、と即断するのもまた早計であろう。このソフトもそうだが、任天堂ハードの常として、今のところDSのキラータイトルと呼べるものは任天堂自身が手がけているものが多い。独特のデバイスがかえって開発を困難にしているせいもあるのだろうが、この状況はPSとN64がしのぎを削っていた当時の状況に似ていなくもない。PS、PS2で培ったサードパーティの幅の広さを武器に、今後一気にPSPが巻き返しを図る可能性は大いにあると言えるだろう。

ともかく、一強独占体制は、メーカー、ユーザー両者にとって、結果的にはあまり好ましくはない状況であることには間違いない。今後も引き続き、両者には抜きつ抜かれつの関係を維持してくれることを願いたい。そんなことを思わせてくれる『nintendogs』の躍進であった。

収録した犬が異なるものを3種類同時発売、という「ポケモン商法」が見事に図に当たった形に

Topics 02　2005 July

業界再編激化中　市場寡占を招くのか

続々発表されるメーカーの合併、統合……。ゲーム不況のさなか、もはや食い止めることはできない流れか。

Text by 編集部

セガサミーホールディングスの設立、コナミによるハドソンの連結子会社化など、ここ最近続いていた業界再編の動きに、また大きなうねりが生まれた。バンダイとナムコの経営統合、そしてタカラとトミーの合併である。

前者については、PS2『機動戦士ガンダム　一年戦争』、いわゆる「プロジェクトペガサス」をきっかけにした、両者の協力関係をより一層緊密なものにするための経営統合、そして共同持株会社設立であったと述べられており、理解もしやすい。最近積極的にキャラクタービジネスを展開しつつあるナムコが、そのノウハウを豊富に持つバンダイと協力する、という構図が見えてくる。

後者のタカラとトミーに関しては若干複雑で、4月にコナミが保有していたタカラの株式が売却され、それをインデックスが購入、今回の合併と同時にそのインデックスが加わった合弁会社が設立される、という流れ。正式な発表の前日にフライング報道があったりと、かなり慌ただしいものだった。また、コナミを交えた一連の株式の動きは、あくまで印象論ではあるが、ナムコとバンダイの例と比較するとあまり前向きの要素が感じられないというのが正直なところだ。

ともかく、ゲーム業界に限って見てみると、「合併したから規模が大きくなって万々歳」と単純に喜べるようなものではないのも事実だ。ハードの高性能化が進み、ソフト1本あたりの開発費が高騰を続けている昨今、ゲームを独自に開発・制作、そして販売できる企業はますます少なくなってきている。それに対処するために合併・経営統合という戦略が出てくるわけだが、そうなるとソフトメーカーたりえる企業がますます減り、リリースされるソフトの絶対数が減少するということになる。

今日のゲーム不況を招いた原因のひとつに、ユーザーが魅力を感じる個性的かつ斬新なソフトが少なくなったことが挙げられる。それに対処するには、出す本数を絞ってクオリティを向上させるか、あるいはとにかく数を出しつつ名作が生まれる確率を相対的に上げていくしかない。

ただし前者をうまく機能させるのは至難であることは明らかであり、そもそも市場原理からすれば不自然なことには違いない。

また、商品に作品性が加味されるという特徴があるゲームメーカーの場合、言わずもがなではあるが企業カラーが変わることによる影響は、一般商社の場合よりも大きいと言える。各々の独自性を両方活かすのか、あるいは一方が消えることになるのか、またはまったく新しい独自色が生まれるのか――ユーザーにとってはこの辺りが一番関心のあることかもしれない。

ともかく、今回の一連の統廃合が吉と出るか凶と出るか、それは今のところはまったく推測できない。ただ、一部のメーカーの寡占による業界全体の先細り、新たな才能が世に出るチャンスの減少という結果にならないことを祈るのみである。

Topics 03 2005 July

PCゲーム業界に暗雲!? 対策は常に考えるべき

直接の契機になったとは考えられないが、無関心を装っていて良い問題ではない。

Text by 編集部

先日、奇しくも東京、大阪で同時期に監禁・暴行事件が発覚した。特に東京の事件に関しては、容疑者の極めて異常な性癖、生活環境がクローズアップされ、各方面で話題となっていることはご存知のことと思う。

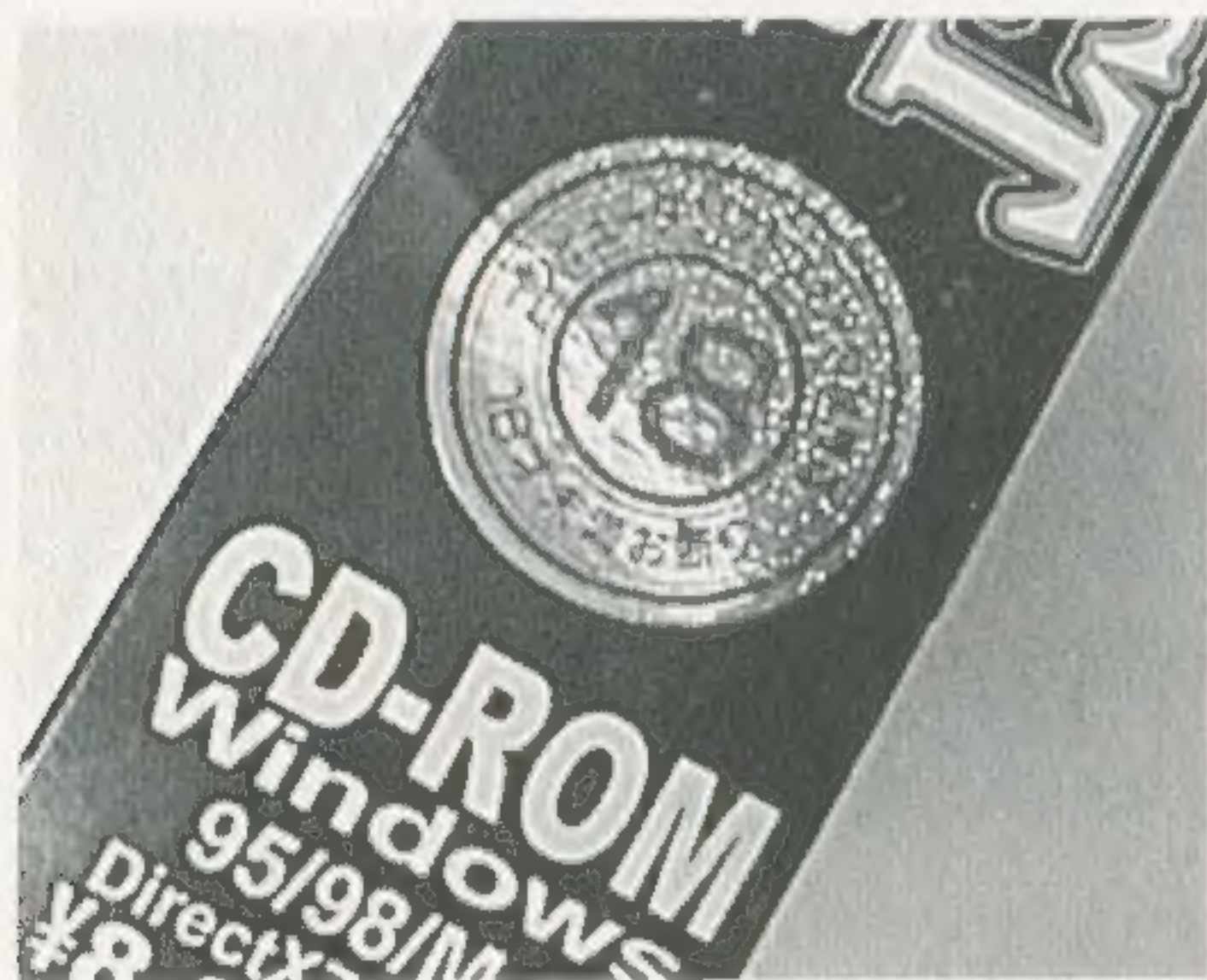
　事件そのものは非常に特異なもの（頻繁に発生したら困るが）なのだが、「容疑者の部屋から膨大な量のアダルトPCゲームが」という報道をきっかけとした〝オタクバッシング〟には「またか」という既視感がつきまとう。

　ただ、今回はこれまで各方面でなされた反論が功を奏したのか、あるいは単純に世間が飽きたのか、動きそのものはそれほど大きくはなかったという印象がある。犯罪者がたまたまオタク的趣味を持っていただけであって、オタクがもれなく犯罪者になるわけではない、という当たり前のことがようやく認知されてきたのか、と安心したくなるが、近々この事件に関連して一部地方自治体がゲーム販売規制などを打ち出すという情報もあって、実際のところは定かではない。

　ただ、今回の事件で明るみに出た問題については、業界側もしっかりと認識して改善に取り組むべきだと考える。一部アダルトPCソフトの過激な描写の問題である。これまでオタク・ゲームバッシングのダシに使われてきた事件は、ほぼすべて「これのどこがゲームの影響？」と冷笑したくなるようなものが多かった。しかし今回は、事件のほぼ同様の内容のもの、あるいはさらに上をいってしまうようなものがあるから笑うに笑えないのだ。

　もちろんPCソフトに関してもコンピュータソフトウェア倫理機構、通称ソフ倫という組織が活動して一定の歯止めはかけているが、そもそもソフ倫に加盟していなくてもネット直販などの形態で対応できてしまう状況、そして審査基準が若干緩いメディア倫理協会の存在などがあり、実効力は年々低下しているのが実情だ。

　つまり最終的にはメーカーの良識に頼るしかないわけだ。過激な描写を盛り込めば特定のユーザー層に強力かつ確実にアピールできるというメリットもあり、実際にはなかなか難しいだろう。しかし、現実問題としてPCゲーム市場がアダルトゲームにほぼ依存しきっているこの状況で、今後さらなる法規制などが行われた場合、業界そのものの死活問題となりかねない。単純に「売らんかな」的思考のもとに何らの対応を打たないまま放置しておくのはあまりに危険だ。

　暴力表現以上に、人間（特に男の）本能に根ざす部分の問題でもあり、自主規制は非常に難しいものがあるだろうが、何とか改善を願いたいものだ。

「アダルトソフトの目印」とも言えるソフ倫の審査済み証。確かに一定の歯止めとしては役立っているが

Topics 04

2005 July

悲しむべき事件と今後の課題と

われわれにとっても身近な場での死亡事故。セガが失った信頼はあまりにも大きい。

Text by 編集部

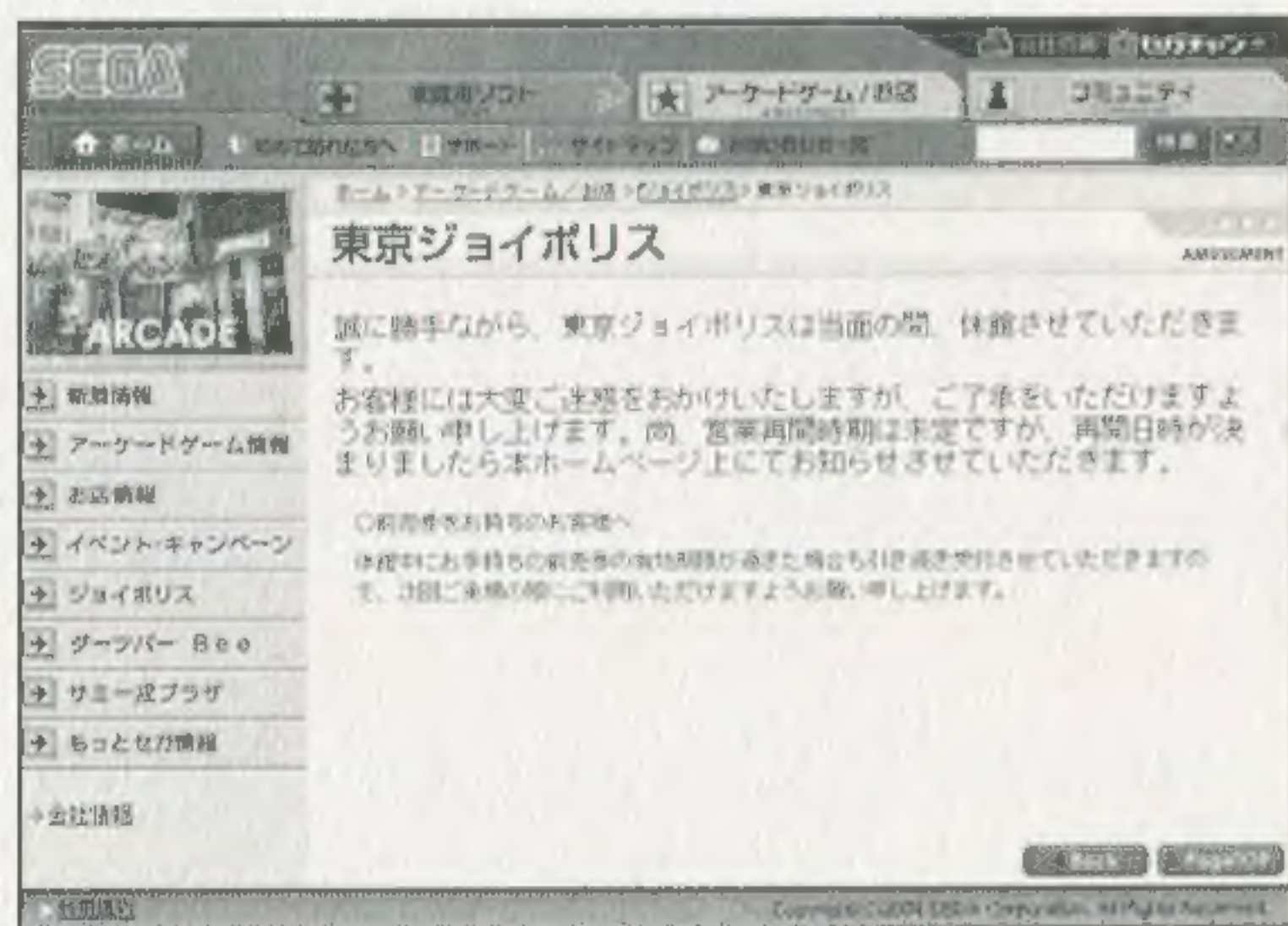
日常のニュースの中に突然耳慣れた名前を聞いて驚いた方も多いと思う。東京ジョイポリスで発生してしまった死亡事故である。まずは被害者男性のご冥福をお祈りさせていただきたい。

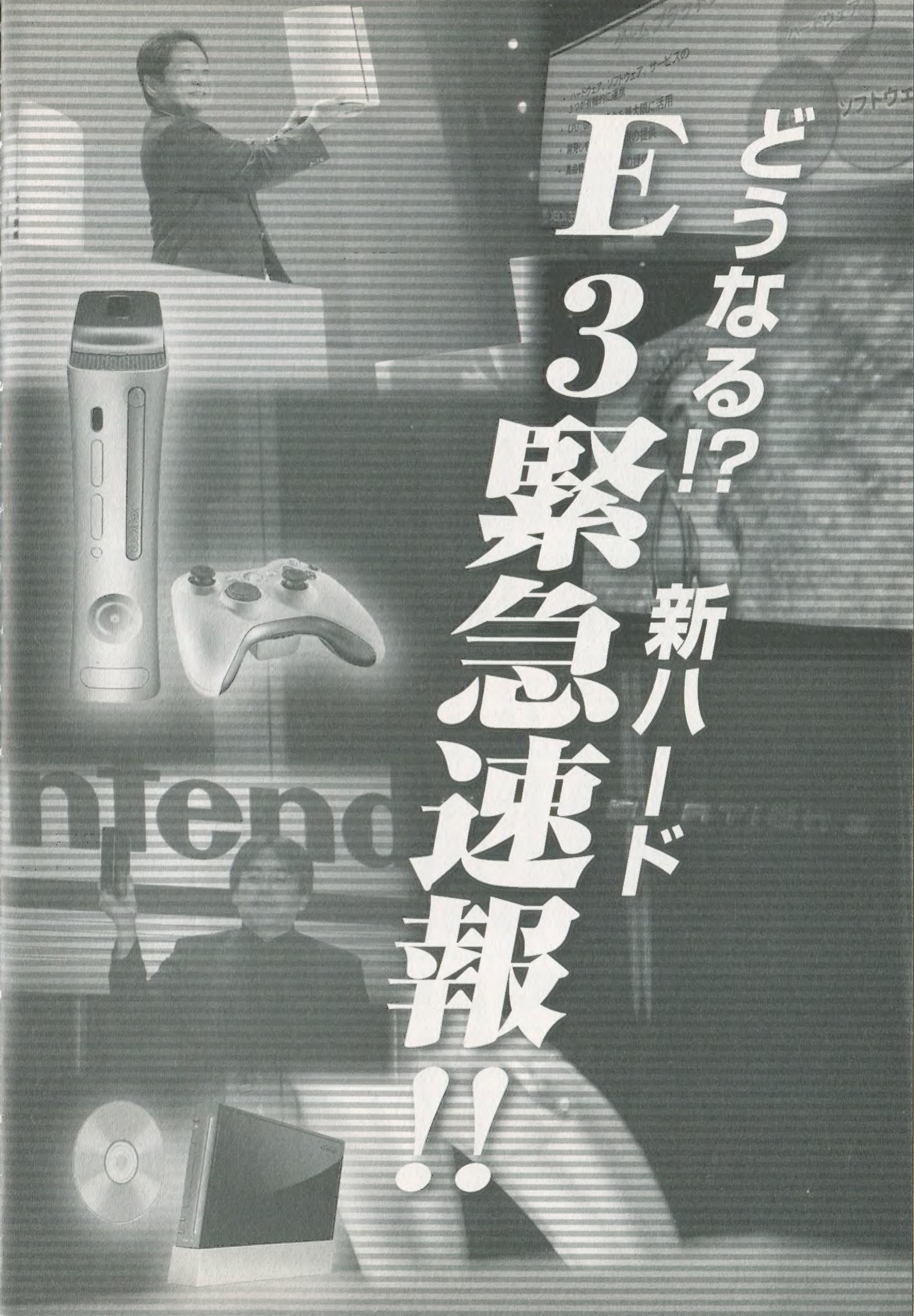
5月現在までの段階で判明しているのは、被害者の男性の足が不自由だったこと、体格の問題で安全バーが完全に作動しない状態だったこと、さらに、その状況下であっても稼働させてしまった管理体制の問題などであるが、真相については今もなお当局が捜査中であり、それに伴い東京ジョイポリス自体の営業も事故発生以来休止、さらに梅田、岡山の各店に関しても大型遊具は運休したままだ。

実際に行ったことのある方ならご存知だろうが、基本的にジョイポリスは大型遊具がメインの施設ではない。今回の事故が発生した「ビバ！スカイダイビング」以外には1、2種類程度で、あとはウォークスルー式のものや多重サラウンド音響アトラクション、あとは通常のアーケードマシンが中心となっている。つまり本来は命にかかわるような事故が発生する可能性が極めて低いはずで、そのためかえって運営管理上の油断が生じたのかもしれない。重軽傷を負う事故が過去に数回発生したことを、きちんと教訓として活かせなかったのも問題だろう。

何にせよ、安全というアミューズメント施設最大にして最低限クリアすべき目標を果たせなかったことの責任は、極めて重いと言わざるをえない。今後事故原因が完全に明らかになり、再発防止が徹底されたあかつきには営業再開も不可能ではないだろうが、一度損なった信用を取り戻すのは非常に困難である。このまま閉鎖もありえるという見方も強い。

何とも俗な話になって恐縮だが、新型ハードの話題で盛り上がり業界全体が一気に加速する流れとなっている昨今、セガは何とも重いハンデを背負うことになったのは否めない。先だって開催されたE3においても、最新ソフトのプロモーションが華々しく展開される一方、その報道を受け取る国内側では、どうしても無形のネガティブなイメージがつきまとう。もちろんあっという間に事件が風化していいというわけではなく、長い時間をかけて贖罪すべきなのは厳然たる事実なのだが……。

それでも、E3はまだましなのかもしれない。大型筐体の体感マシンも出展されるAOUエキスポやAMショーでは、今後非常に展開が難しくなるであろうことは想像がつく。起こしてしまったことは事実として認め、今後どれだけ安全性・信頼性をアピールできるか、それが最大の課題だろう。

公式サイトも事故以来休館のアナウンスのまま。今後の先行きは極めて暗い

どうなる!? 新ハード E3緊急速報!!

5月18日〜20日にかけて、アメリカ・ロサンゼルスで開催された、世界最大のゲームショウ・E3（Electronic Entertainment Expo）2005。

例年になく注目されているのは、SCE、任天堂、マイクロソフトのハードメーカー3社が、それぞれ年末から来年にかけて予定している新ハードの情報を一挙に明かしてくためだ。

E3に先駆けて、マイクロソフトがMTVの特別番組でXbox360を発表。これは異例のことで、SCE、任天堂をけん制し、ユーザーの期待を集める意味があったかと思われる。発売時期も最速の2005年末を予定しているだけに、新規タイトルの発表や各メーカーの反応もよく、今回の目玉となった。

一方、SCEのPS3、任天堂のRevolutionはプレイアブルなものはなく、モックのみ。時期的にはXbox360よりも遅れることは間違いなさそうだ。

それぞれ、新ハードに求めた理想、目指したいゲームの未来はどこにあるのか。E3現地取材によって判明した各ハードの特性を緊急レポートする！

E3次世代ハード緊急速報　#1　Xbox360

Xbox360、10億への道

日本市場への取り組みも含め、強い姿勢で臨むマイクロソフト。オンラインを含めた新しいプラットフォームの提案は身を結ぶか？

中村彰憲

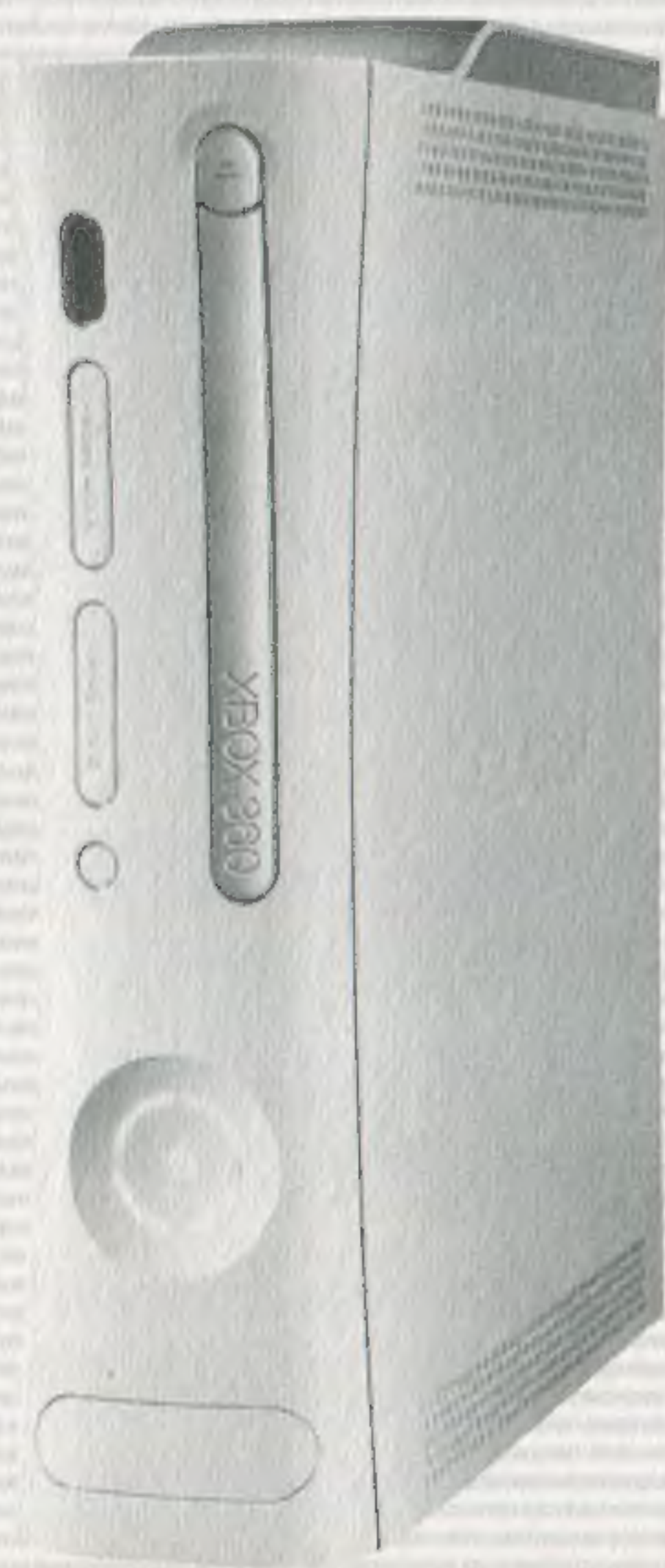
10億の数字にこめられたもの

「目標は10億」。シニアバイスプレジデントのロビー・バック氏が宣言した。次世代機Xbox360（以下360）のプレスカンファレンスの席上だ。もちろんこの数字は象徴にすぎないが、マイクロソフト（以下MS）がゲーム産業に託す重大な意味がこめられている。

　これまで日米欧にかかわらず、ゲームはサブカルチャー的な位置づけを強いられてきた。MSは10億という数字を持ち出すことで、これに終止符を打つ決意表明をしたのだ。世界中の人々が日常的にゲームを含むあらゆるデジタルコンテンツを親しむ世界。この世界を生み出すのが次世代Xbox、つまり360ということになる。

　ただしこのように、現在のユーザーの裾野を広げるには、360がゲーマー層をはじめ、一般生活にも浸透する端末としての役割を果たす必要がある。つまり360は優れたゲーム機であると同時に、オンラインサービスを柱とした総合デジタルコンテンツプラットホームになる必要がある。日本市場の制覇も必須条件だ。日本市場の制覇は、アジア市場全体の制覇と同意義だからだ。

　これについてMSは重々理解しているように感じられる。それはE3前に全世界で唯一『次世代Xboxプレビュー』イベントを日本で開催したこと。坂口氏、水口氏、岡本氏といった日本の「ゲーム業界の巨匠」たちをファーストパーティとして迎え入れ、開発を全面バックアップしていること。360の筐体を日本のデザイン会社と共同デザインしたことなどからもうかがえる。

　また今回発表されたRPG『Lost Odyssey』や『ブルードラゴン』、新機軸の大軍勢アクション『ナインティナイン・ナイツ』などの国産タイトル。『Need for Speed Most Wanted』で表現された、逆光を浴びながら道路を突っ走る疾走感。『Call Of Duty 2』で立体感ある煙にまかれなが

Xbox360　主要スペック

CPU：IBM PowerPCカスタムCPU（3.2GHz 対称型3コア）／GPU：500MHzカスタムチップ／メモリ：512MB GDDR3 RAM／500Mポリゴン/秒／ハードディスク：20GB（交換式）／光学ドライブ：DVD（12倍速・2層対応）／I・O：ワイヤレスコントローラ×4、USB2.0×3、メモリーユニットスロット×2、イーサネット端子（10/100）／最大解像度：1920×1080

ら敵を捜索する臨場感などを見る限り、360が持つ機能は、E3発表レベルの段階で十分コアユーザーに訴求すると感じられた。

ユーザーの裾野を広げるためには

ただしカジュアルユーザーに対して、この映像ダイナミズムを含む、次世代のゲームの魅力をいかにわかりやすく伝えていくかが、重要な課題になってくる。一般層にとってはXboxも360も、ともに「綺麗な映像のゲーム」でしかないからだ。ユーザー人口の拡大にもつながらない。ゲーマー層は魅了できても、「ウォークマン」や、ブロードバンドサービスのような、ライフスタイルの革命まで促すことは難しいからだ

Xbox360の戦略についてカンファレンス会場で語るロビー・バック氏

MSはこれをXbox Live（以下、Live）の拡充で対処する。確かに極論すればユーザーの数だけ360を定義するべく、さまざまな配慮と努力をしているようにみえる。多彩なコミュニケーション機能や、小額決済を前提としたコンテンツ流通、カジュアルゲーム配信、iPodやPSPなど他社デバイスとの連携も見据えた音楽および映像ダウンロードサービス。これらユビキタスネットワーク時代を先取りする仕様である。

たとえば今回、ユーザーはコントローラ中央の「Xbox360ボタン」を押すだけで、シームレスにLiveにログインできる。コントローラはゲーム機のコンセプトを最も体現しており、このボタンの存在は重要な意義を持つ。このオンラインサービスを含むプラットフォームの充実度は、主要サードパーティからも高い評価を得ており、スクウェア・エニックスが戦略商品『FFXI』の配信を決定したことにも表れている。

ただし疑問も残る。Liveをはじめ、広い年齢層や性別に訴求できる機能があるにもかかわらず、その機能を最大限に生かした、具体的な「商品」がまだ見当たらないことだ。コンセプトを商品化し浸透させること、そして浸透には多大な投資と市場に促した広告イメージ戦略、そして革新的なコンテンツが必要である。このことはOS戦争やブラウザ戦争において経験済みのはずだ。

MSはまずコアユーザーを取り込んでからカジュアルユーザー開拓を進めるとのことだが、360という新ハードを発売するにあたって、コアユーザー色のイメージを当初から押し出すことは、後からより広い購買層を取り込む上での阻害要因にならないだろうか。日本でも市場拡大が始まったオンラインゲーム産業は、MMORPGに加えて「ハンゲーム」などをはじめとした「ゲームを媒体としたコミュニティ」重視のライトゲーマーの時代を迎えている。この現段階における日本市場の状況に合わせた「オンラインゲーム戦略」が、新ハードを打ち出していく今こそ必要だと思われる。

またユーザーごとの個性化をもう一方の機軸としていながら、フェースプレートの変更以外に具体例が示されなかったことも気になる。今後実施されるはずの販売促進戦略も、E3直前に全世界テレビ放映されたMTVとの共同制作番組が指標となるなら、一般層にどこまで訴求できるか不明だ。

次世代Xboxの「360」には、すべてのデジタルコンテンツのハブになるという意味がこめられている。だが前述のように、Liveで世界中のユーザーをつなぐ、という意味もこめられているはずだ。「It's good to play together」。これが360度、全世界でつながるというキーワードで再定義され、ゲーム産業の裾野を広げるためのビジョンがより明確化された。今こそ過去の教訓を踏まえつつ、本格的な飛翔ができることを期待したい。

キーマンインタビュー① J・アラード

全力で開発者をサポートする

（Xboxプラットフォーム担当ゼネラルマネージャー）

「すべては開発者のためにしていることなんだ」と熱く語ったのがJ・アラード氏。360が技術的には劣るDVDや、HDDを搭載した理由を聞かれての弁だ。360の目標も、ハード・ソフト・サービス間のバランスを取ることで、開発者に向けた究極のプラットホームを作り上げることにあるという。今回、日本のトップクリエイターを一堂に受け入れた理由もそれだ。「前世代では日本の開発者の多くがハード性能に衝撃を受けたものの、市場シェアが不十分だったために、参入をちゅうちょする企業が現れてしまった。だから360では、優れた開発者から協力を得たうえで、他社に先駆けてハードを販売する必要があったんだ。これで360が日本でも成功することを示し、開発者が参入する環境を整えたい」

当然マイクロソフトグループの一員としてPCソフトとの連合も視野に入れている。開発プラットホームであるXNAがウィンドウズとXboxの双方に対応していること。今後LiveでPCとXbox両環境のクロスプラットホームサービスを提供していくなどがそうだ。『FFXI』のようにPCでも360でも楽しめるゲームが開発されるために、僕たちも全力を尽くして開発者をサポートしていくつもりだ」

彼の目は顧客にも向いている。ほとんどのXboxソフトが360でも対応する予定だと述べた。Liveの課金もクレジットカード決済のみから、専用プリペイドカードも採用するといったように、ユーザー重視の調整が進められている。開発者、消費者双方のニーズに耳を傾けながら設計仕様を詰めていったという氏。彼の考える「次世代」がどのような形で日本ゲーム産業を変えていくのか期待がかかる。

キーマンインタビュー② ピーター・ムーア

10億人にゲームの素晴らしさを伝えたい

（マイクロソフト・バイスプレジデント）

「10億は全人口の6分の1。私たちはゲーム産業に携わるものとして、ゲームを、広義の意味ではデジタルエンターテインメントを、これだけの人々に絶対体験させられるはずだ」と決意をこめるムーア氏。360をできるだけ多くの消費者に向かって強くアピールしていくのに真剣だ。今回MTVで全世界13ヵ国 地域に先行披露し、ハードのスペックより専用タイトルの発表に重点をおいたのも、その目的に集約される。

「まず消費者を第一に考慮したんだ。閉められたドアの向こうで少数の人たちに商品を披露しているだけでは、10億もの人たちにこの産業の素晴らしさを伝えることはできないからね」。10億というのは市場全体の拡大という意味で、360の販売目標ではないが、膨大な数には違いない。

ゲームタイトルからも見受けられるように、まずはコアゲーマーを中心に販促展開していくが、07年の年末商戦にはカジュアルゲーマー向けのタイトルも充実させる予定だという。パーソナライズ化についてもフェースプレートの交換にとどまらず、Live画面や、ゲームそのものでパーソナル化を進めていく。小額決済システムの導入による新たなユーザーコミュニケーションの創造、また国内では周波数帯の問題から発売されていない、ブロードバンドルーターと本体をワイアレスで結ぶドングルアダプタも、360では発売されるとのことだ。

気になるのは12月の全世界同時発売だが、現在IBM、ATIともども綿密に連絡をとりあうことで、全世界同時出荷をスムーズに行うためのあらゆる施策を考えているところだという。この2年間、企業間で培われた強い絆が、これからの事業を優位に進めていくだろうと自信を見せた。

取材・構成：スサノヒロシ

ゲーム批評的Xbox360注目ソフト

GEARS OF WAR

発売：マイクロソフト／開発：エピックゲームズ／ジャンル：アクション

360専用タイトルの中でも最も熱い注目を浴びた洋ゲーが『Gears Of War』だ。開発は『アンリアル』シリーズや高度な3Dエンジン開発で有名な米エピックゲームズ。

惑星セラにおける抗争を描いたアクションゲームで、モンスターとしか形容しようのない地底人と人類との戦いが緻密に描かれている。10数メートルある巨大モンスターが巨大な武器を手に構え、容赦なく突撃してくる場面もあるようだ。『リネージュII』など多くの企業に採用されたアンリアルエンジンの最新版『アンリアル3』の採用で、ヨーロッパ風の建築物は美麗に、ミリタリーマニアもうなるほどの重火器は損傷箇所やよごれまでも、各種モンスターは粘液などの粘りやよだれすら生々しく表現されている。

映画「プライベートライアン」や、ゲーム『メダルオブオナー』『バイオハザード4』などから強いインスピレーションを受けたというチーフデザイナーのCliff Bleszinskiの目標は、「恐怖」と「熾烈なアクション」を融合させること。巨大モンスターとの直接対決しか望めないような場面をゲームデザイン的に用意することで、プレイヤーが恐怖を感じざるをえないシチュエーションを作り上げていくとのことだ。

「アンリアル3」エンジンの供給元が開発するだけに、否応なしに期待が膨らむ

ナインティナイン・ナイツ

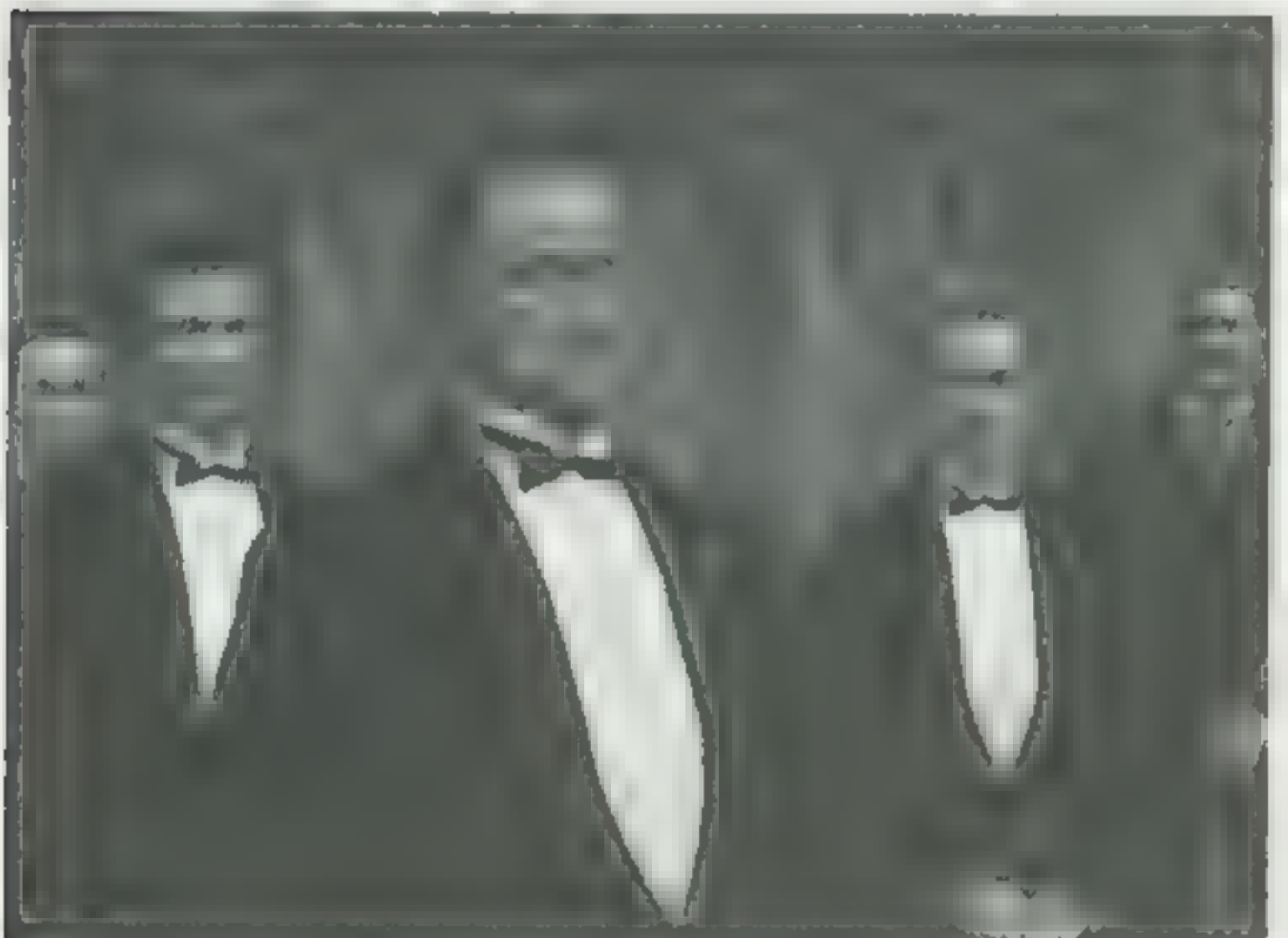
発売：マイクロソフト／開発：キュー・エンタテインメント、ファンタグラム／ジャンル：ファンタジーアクション（仮）

国産ゲームで特に注目される一作。『ルミネス』の水口哲也氏プロデュースのファンタジーアクションだ。開発は業界内やコアゲーマーで評価が高いアクションRPG大作『Kingdom Under Fire: The Crusaders』の韓国ファンタグラムだけに期待感が高まる。99日間の夜の間で繰り広げられる大規模な戦闘と、水口ワールド独自のテイストやマルチストーリーがどう融合されるか、期待がかかる。

集団戦闘と物理シミュレーションが融合し、今までにないゲーム世界が広がる

ゴッドファーザー

発売：EA／ジャンル：アクション

映画「ゴッドファーザー」の壮大な世界観と、1940年代のニューヨークを緻密に再現したアクションアドベンチャー。『GTA』シリーズ並みの自由度と、映画および小説版のストーリーの再現という、相反するコンセプトの両立を目指す野心的なタイトルだ。多彩なアクションと、「恐喝」システムなど独自のゲームシステム、そして360ならではの映像美が、多くのユーザーをうならせるに違いない。

映画に登場した俳優陣が、声優およびCGモデルキャラクターとして総出演する

文：中村彰憲とゲーム批評取材班

E3次世代ハード緊急速報　#2　PLAYSTATION3

PS3、覇者の矛盾

ついにベールを脱いだPS3。しかし、その高性能さと裏腹に疑問を抱かせる内容でもあった。覇者は次世代でも輝き続けるのか？

大規典博

技術情報の陰に隠れたいくつかの矛盾点

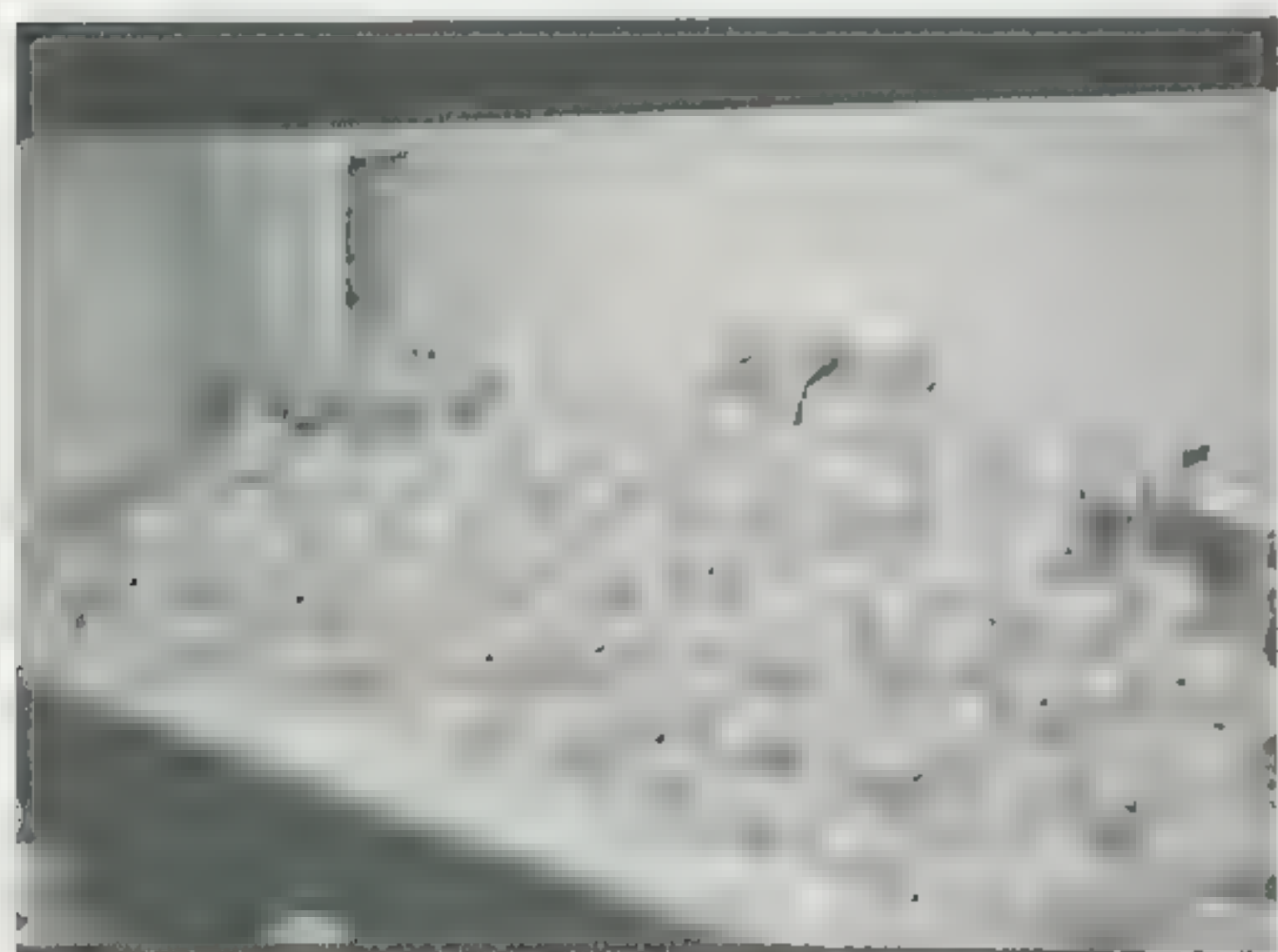
「コンピュータエンタテインメントのためのスーパーコンピュータ」。久夛良木健・SCE社長は次世代PSである、プレイステーション3（以下PS3）をこう表現した。しかし、個人的にはゲーム機を超えた「スーパーリッチなデジタルAVプレイヤー」という印象を受けた。

たとえば次世代光メディアであるブルーレイディスクの搭載。最大2K×1Kピクセルの高解像度。同時に2台のHDテレビに個別の映像を出力するデュアルディスプレイ。光デジタル出力端子によるクリアな音質。USB2.0コネクタ、コンパクトフラッシュ、SD、メモリースティック、USBなど豊富なスロット群。もちろんゲーム機としてもBluetoothによる7台までのコントローラ接続。Wi-FiによるPSPとの連動や、イーサネット端子でのネットワーク接続機能など。ゲーム機として、AVプレイヤーとして、考えられる機能が数多く搭載されている。特に最大7機までのコントローラ対応は、これまでPS2が標準で2基のコントローラ対応だったことから、開発者にとっては最もありがたい仕様ではないだろうか。

さらにSCEは心臓部であるCELLプロセッサの開発に2千億円を投資しており、名実ともにソニーグループの浮沈を決める存在となる。販売価格は未定だが、ゲーム機として常識的なライン（3～4万円）に抑えてくると思われるため、PS2と比べても遥かに高い掛け率のビジネスになることは間違いない。

このようにPS3はハードの機能面に特色があり、発表も技術的な側面が前面に出たものとなった。しかし、いくつかの疑問が感じられたことも確かだ。

最大の疑問点は、CELLというネットワーク前提のCPUを持ちながら、PS3のオンライン回りに関する戦略が見られなかったことだ。特にハードディスク本体は標準では搭載されない見込みで、大容量のネットワークデータを扱うには疑問があり、この点でCELLとの矛盾を感じさせる（ハードディスクに関する仕様は

PLAYSTATION3本体を掲げる久夛良木健・SCE社長

PS2発表時に披露されたアヒルのデモが今回も登場。何百個ものアヒルがバスタブを埋め尽くした

今後変更される可能性もある）。
また、次世代機では従来のハード＋ソフトという概念に、オンラインを含むサービスを加えた、総合的なプラットフォーム環境の重要性が高まっている。特にXbox360のLiveに加えて、任天堂がオンラインサービスをDSで開始する意味は大きい。一方でPS3ではゲームや映画の再生プレイヤー、という以外の位置づけが不明である（今回スクウェア・エニックスがXbox360にはFFXIを、レボリューションにはFFクリスタルクロニクルの新作を、PS3にはFFシリーズの供給を発表したことは、現時点で判明した各プラットフォーム特性を反映していて興味深い）。今後SCEはPS3のプラットフォーム特性を、より具体的に示していく必要があるだろう。

PLAYSTATION3 主要スペック
CPU：Cellプロセッサ PowerPC-base Core @3.2GHz／GPU：RSX @550MHz／メモリ：256MB XDR Main RAM @3.2GHz, 256MB GDDR3 VRAM @700MHz／ハードディスク：デタッチャブル2.5 HDD slot x 1／光学ドライブ：BD-ROM／コントローラ：Bluetooth（～7台）, USB2.0, Wi-Fi（PSP）, Network（over IP）：最大解像度：1008p

現行機との違いをいかに知らしめるか

最後に、これはXbox360でも同じだが、次世代機のキモである「綺麗なCG」を、ユーザーがすでに見慣れていることだ。今回の発表ではゲームメーカー各社からムービーによる参考出展が続いたが、綺麗なムービーはハリウッド映画で目が肥えている。一方でリアルタイムCGのすごさを強調しても、一般層には伝わりにくい。それも踏まえてのHD対応だとは思われるが、初期購入層であるコアゲーマーにとって、HD対応テレビは依然、高根の花だ。会場でスクウェア・エニックスは「FFⅦ」の冒頭シークエンスをPS3レベルでリメイクした「FFⅦ TECHNICAL DEMO FOR PS3」を披露したが、これも来訪者の多くがFFⅦをプレイしたことがあり、その記憶との対比効果を狙ったものだと思われる。このように、いかに現行機との違いをユーザーに効果的に知らしめるかが、PS3の重要な課題になる（一方で任天堂は「新たなプレイ感覚」をいかにユーザーに知らしめるか、という別の課題を背負っている）。物理シミュレーションやAIなども含めた、新たな見せ方のアイディアが必要だろう。
開発スケジュールの遅れからミドルウェア・ソフトウェアの開発も遅れており、これが今回のスペック重視・映像重視の発表の遠因かと思われる。しかしスペックの差を喧伝することが無意味なことは、現行機で最も低いスペックのゲーム機でありながら、市場の覇者となっているSCE自体がよく知っているはずだ。プレイステーションという高いブランド力と、上位互換による大量のソフトウェア資産を背景に、まずは横綱相撲を取る戦略は非常に的を射ている。それだけに、これから発売に向けて、どれだけのプラスαを付け加えられるか。それが年末発売で先行するXbox360に向けた最大の施策になるはずだ。

参考出展された「FFVII TECHNICAL DEMO FOR PS3」。ムービーではなくリアルタイム映像

E3次世代ハード緊急速報　#3　Revolution

革命(Revolution)、オンライン

プロトタイプの発表にとどまったRevolution。しかし、そこで見えて来たのは新しい任天堂のプラットフォーム戦略だった。その実態とは!?

大規典博

加速する任天堂のプラットフォーム戦略

　E3で任天堂が発表した次世代コンソール、レボリューションの情報は非常に限られたものだった。コンパクトな筐体、12センチ光ディスクの採用、上位互換性、ワイヤレスコントローラ、SDカードスロットに内蔵Wi-Fiアクセス機能等々。3ハードの中で最も少ない情報量に留まった。しかし、そこで提示されたのは、任天堂の新しいプラットフォーム戦略という、より大きな概念だった。

　筆者は前号で「ゲームキューブとGBAのコネクティビティ戦略はレボリューションとDSでも継承され、DSがレボリューションのコントローラとして使用できる」と考察した。しかし、その正否はE3では残念ながら持ち越しとなった。レボリューションの試作機は公開されたものの、注目のコントローラは未発表だったからだ。DSとレボリューションの関係についても、一切触れられることはなかった。

　一方で発表されたのが、DS、レボリューションを含む、任天堂の新しいオンライン戦略である。まずはDS向けに「ニンテンドーWi-Fiコネクション」という、インターネット接続によるゲームサービスを全世界規模で展開する。国内では全国一千ヵ所にホットスポットが用意され、誰でも無料で利用できる。家庭の無線対応ルータや、USB接続でPCからのアクセスもできる。

　専用タイトルとして公開されたのは『マリオカートDS』『どうぶつの森DS』(いずれも仮称)。特に後者はもともとネットワークプレイに向いた題材だっただけに、今回の発表は興味深い。オンライン対応はレボリューションでも展開される見込みだ。上位互換性についても単にゲームキューブのタイトルが遊べるだけでなく、ファミコンからニンテンドウ64まで、過去の任天堂の作品をダウンロードして遊ぶことも可能になる。

　周知の通り任天堂はオンラインゲーム事業から一線を画していた。筆者の前号の考察も、こうした前提から「異質な体験=新しいインターフェイス体験」というものだった。しかし、ネットワークプレイは言うまでもなく異質な体験だ。ただし、任天堂は自社タイトルについてはネットワークでのプレイ料金は無料にする予定で、事業化ではなく、あくまでも「ネットワークを介した新しいプレイ体験」を提供する。レボリューションにおいてもWi-Fi機能は備わ

Revolution(コード名)主要スペック

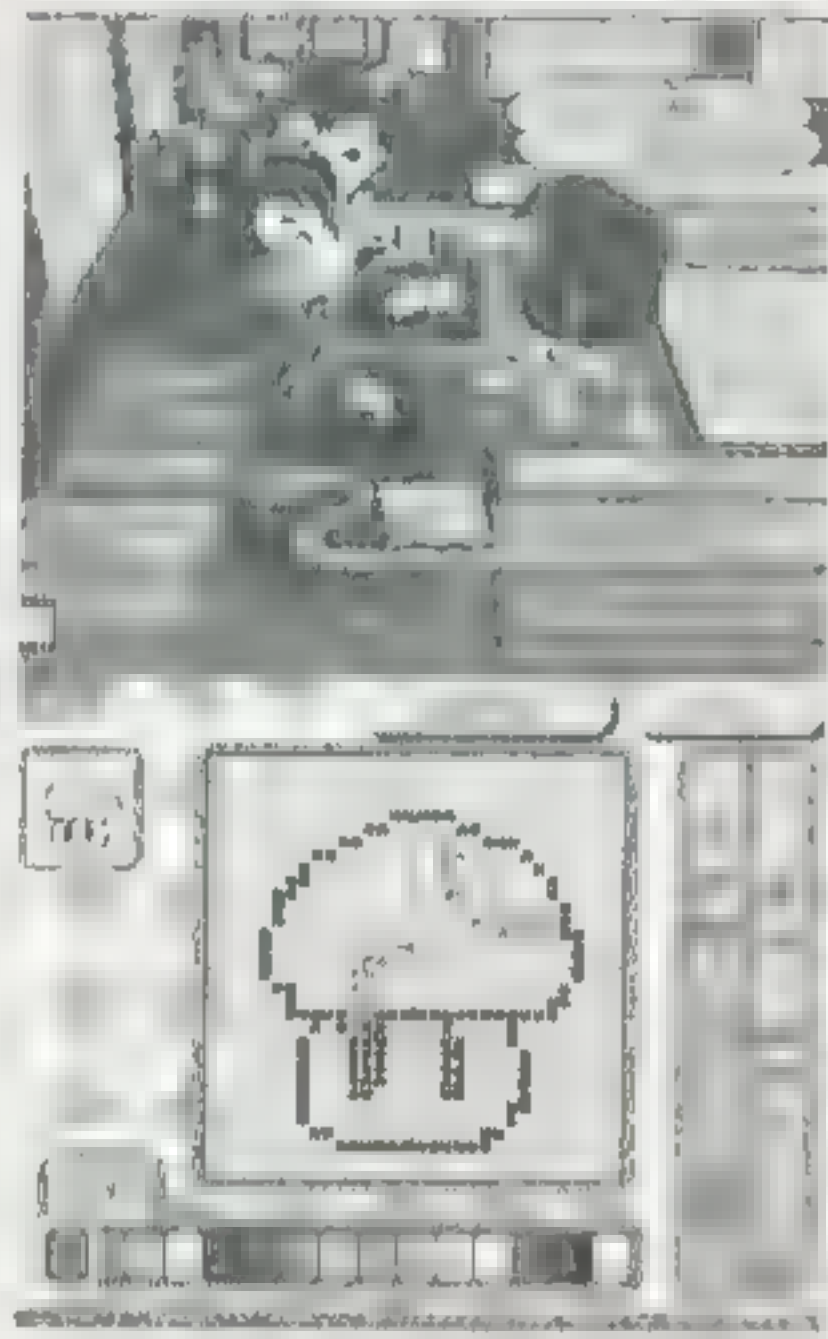
CPU:BROADWAY/GPU:HOLLYWOOD/12cm光ディスク/下位互換性/512MB内蔵フラッシュメモリ、ワイヤレスコントローラ、USB2.0x2、内蔵Wi-Fiアクセス機能

るため、新コントローラによるプレイ体験だけでなく、レボリューションをポータルとしたDS連動も期待される(*)。

機種間競争を離れ独自路線を進む

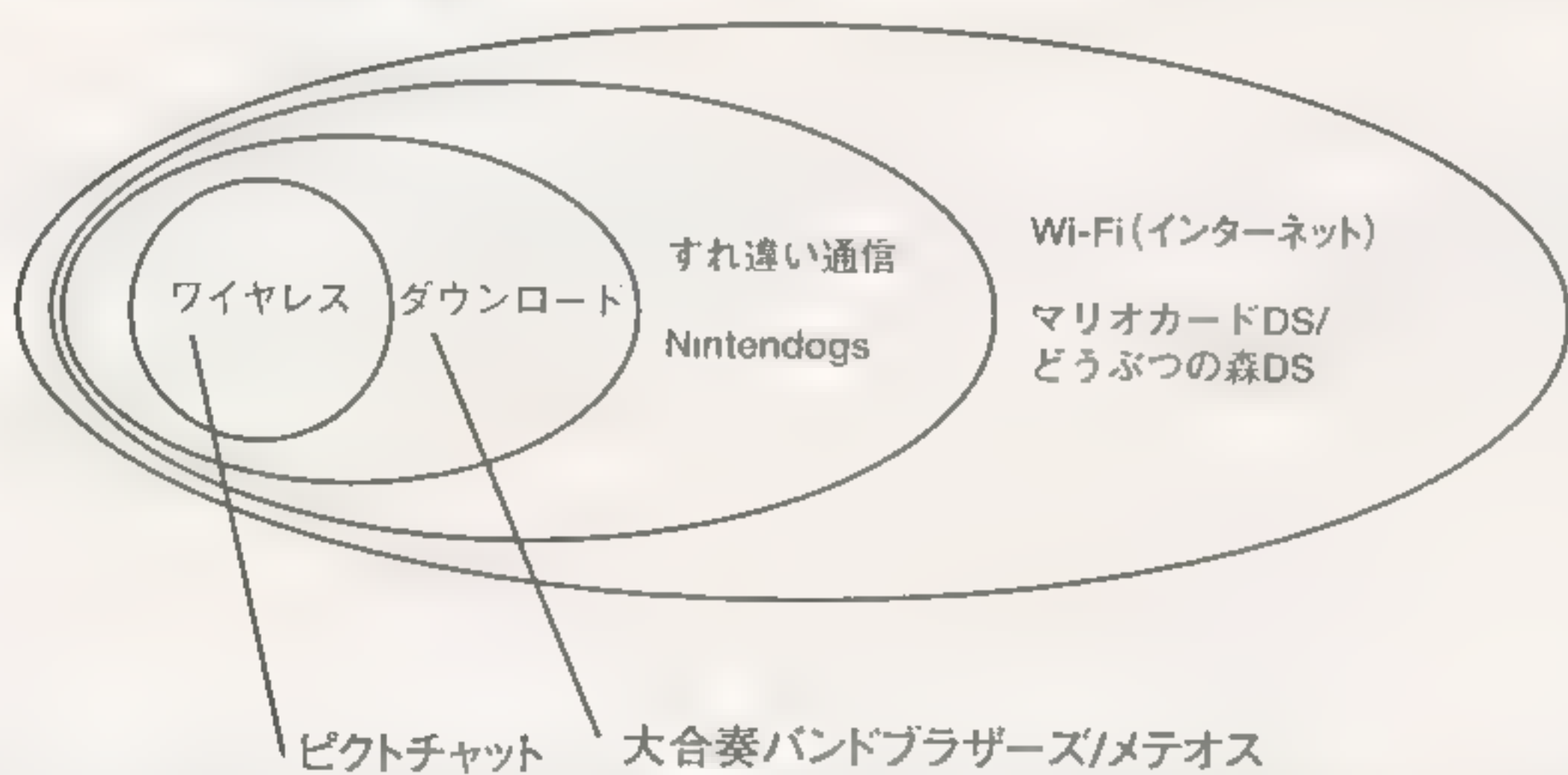
ただし振り返ると、これらの施策は一朝一夕に生まれてきたものではなく、一貫した戦略の産物であることがわかる。先駆けは『ポケットモンスター・ファイアレッド&リーフグリーン』に同梱されたワイヤレスアダプタ。DSではワイヤレス機能がハードに標準装備され、誰もがピクトチャットでワイヤレス体験が味わえた。ついで1カートリッジプレイや店頭でのダウンロードプレイ体験。さらに『nintendogs』ですれ違い通信で、初めて知らない人同士での情報のやりとりを体験させた。そして最後に満を持してインターネットサービスの開始と、この半年間で無理なくユーザーを導いている（段階的に情報の伝達範囲が拡大していくさまは、ゲームのステージクリアを彷彿とさせる）。

レボリューションの試作器を掲げる任天堂・岩田社長

言い方を変えると、この任天堂の一連の施策は、ハード+ソフト+オンラインサービスによる新たな環境提案である（会場では岩田社長自ら、次世代のコンソールではコントローラ+コンソール+テレビ+インターネットの有機的な結合が不可欠と講演した）。実はMS、任天堂が共にオンラインサービスに注力するのは、各ハードのアーキテクチャが均質化しており、ゲーム機ごとの差別化が難しくなっている背景もある。とはいえ個人的にもGDC以降、数ヵ月の任天堂のアグレッシブな姿勢には驚かされるばかりで、同社の改革路線が実を結びつつある印象を受ける（会場ではDSを用いたIP電話のデモも披露され、DSのガジェット展開の一端ものぞけた）。

「どうぶつの森DS」はWi-Fiでインターネット通信プレイにも対応する

Xbox360、PLAYSTATION3がともにメディアサーバ的な展開を指向し、高画質競争を繰り広げる中で、レボリューションはゲーム機として独自の道を歩もうとしている。それはライバル機がみなテレビ台の下の、通常2個しかない収納スペース（うち1個はすでにDVDレコーダーがビデオデッキに取って代わろうとしている）を奪い合うデザインなのに対して、ゲームキューブ同様、どこにでも持ち運べるコンパクトな筐体であることからもうかがえる。DSやオンライン展開も含めた、総合的なプラットフォーム戦略がユーザーをどのような体験に導くのか。さらに注視していきたい（とはいえ情報量の乏しさから、現段階ではこれくらいしか書けないわけだが……）。

情報の伝達範囲

ワイヤレス
ダウンロード
すれ違い通信
Nintendogs
Wi-Fi(インターネット)
マリオカードDS/
どうぶつの森DS
ピクトチャット
大合奏バンドブラザーズ/メテオス

(*)他にレボリューションには512MBのフラッシュメモリも搭載される。岩田氏はコントローラ、ネットワーク機能、フラッシュメモリの組み合わせで何ができるか想像して欲しいと述べ、含みを持たせた。

1分でわかる 今号のゲーム業界の動き 2005年3月中旬～2005年5月中旬

今号で扱った時期のゲーム業界の動きをウキウキウォッチング!

3月

14日 ナムコ、4月1日付新人事発表。新社長に石村繁一氏。

16日 PSP対応の動画を書き出せる新型PSXが発表される。4月15日に発売。

19日 「SEGA GameJam 2005」開催。21日まで。

24日 米Immersion対SCEI・SCEAの「フォースフィードバック」訴訟、カリフォルニア連邦地裁においてImmersion勝訴の判決が出されたことが明らかに。SCEI・SCEA側は控訴を決定。…①

31日 ドワンゴ、チュンソフトとの資本提携を発表。チュンソフトは子会社に。

4月

2日 タイトー、60年代のアメリカをテーマにした複合施設をオープン。

8日 ケイ・オプティコムがビデオゲームのオンデマンド配信サービス実験提供開始を発表。

マイクロソフト、次世代XBOXに参入表明のメーカー24社を公表。

11日 コナミ、ハドソンを連結子会社化。

13日 PS2ソフト『WRC4』に不具合。発売元のスパイクは修正版との交換を決定するも、配布は1ヵ月後に。

ボーステック、オンラインPCゲーム『銀河英雄伝説Ⅶ』の無許可海外展開に伴う版権使用許諾解除により正式サービスを中止。

18日 東京ジョイポリスにて来場客の死亡事故発生。翌19日に安全確認のための長期休館を発表。

21日 ガンホーオンラインエンターテイメント、ヘッドロック、ブロッコリーの三社共同制作のPC向けMMORPG『エミル・クロニクル・オンライン』発表。…②

25日 コナミ、保有していたタカラの株式を売却。インデックスが全株買い付け。

27日 ソニー、04年度連結業績を発表。PSPの全地域合計販売台数297万台などの結果が明らかに。

第9回「CESA GAME AWARDS」開催。現在一般投票受付中。

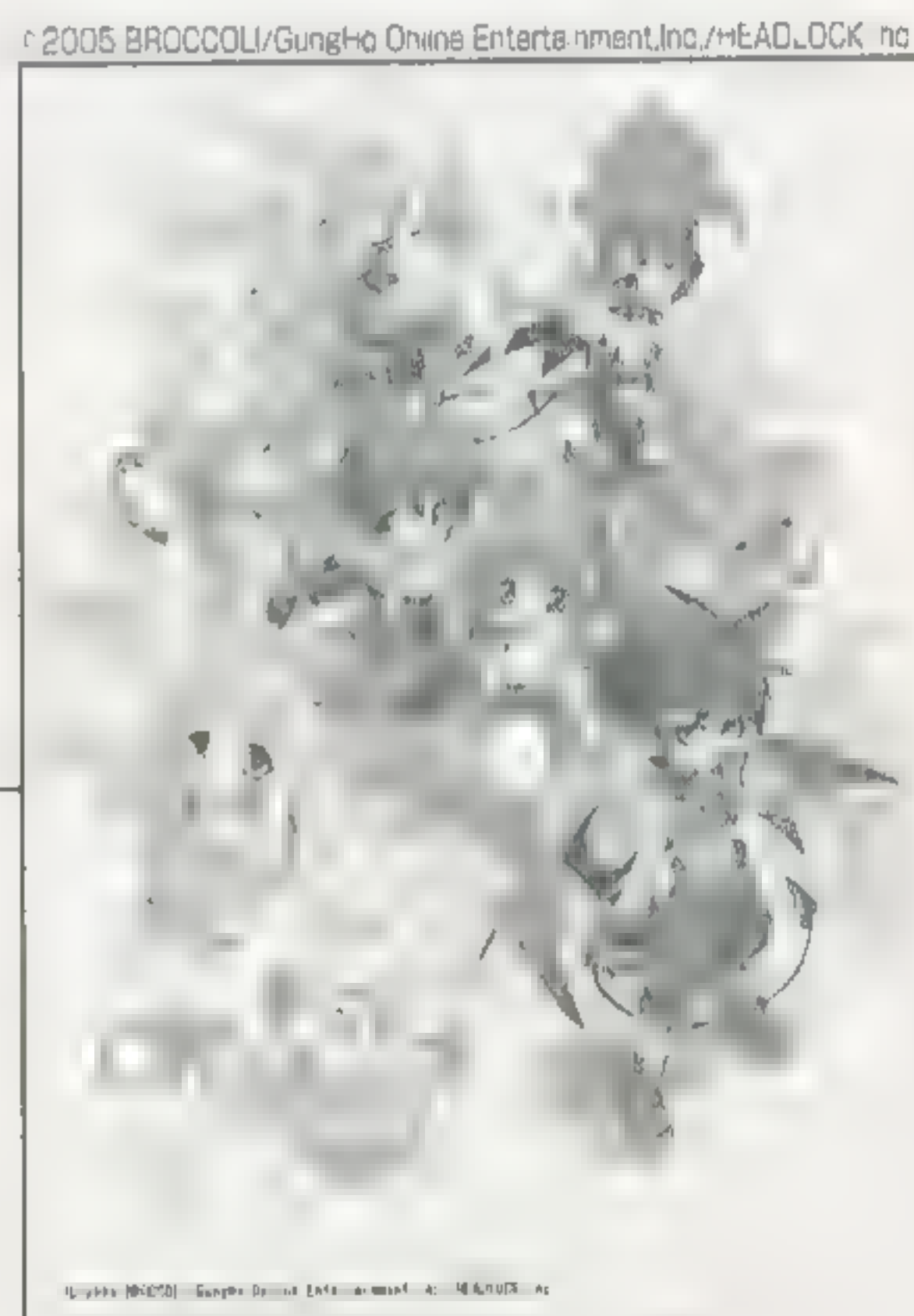
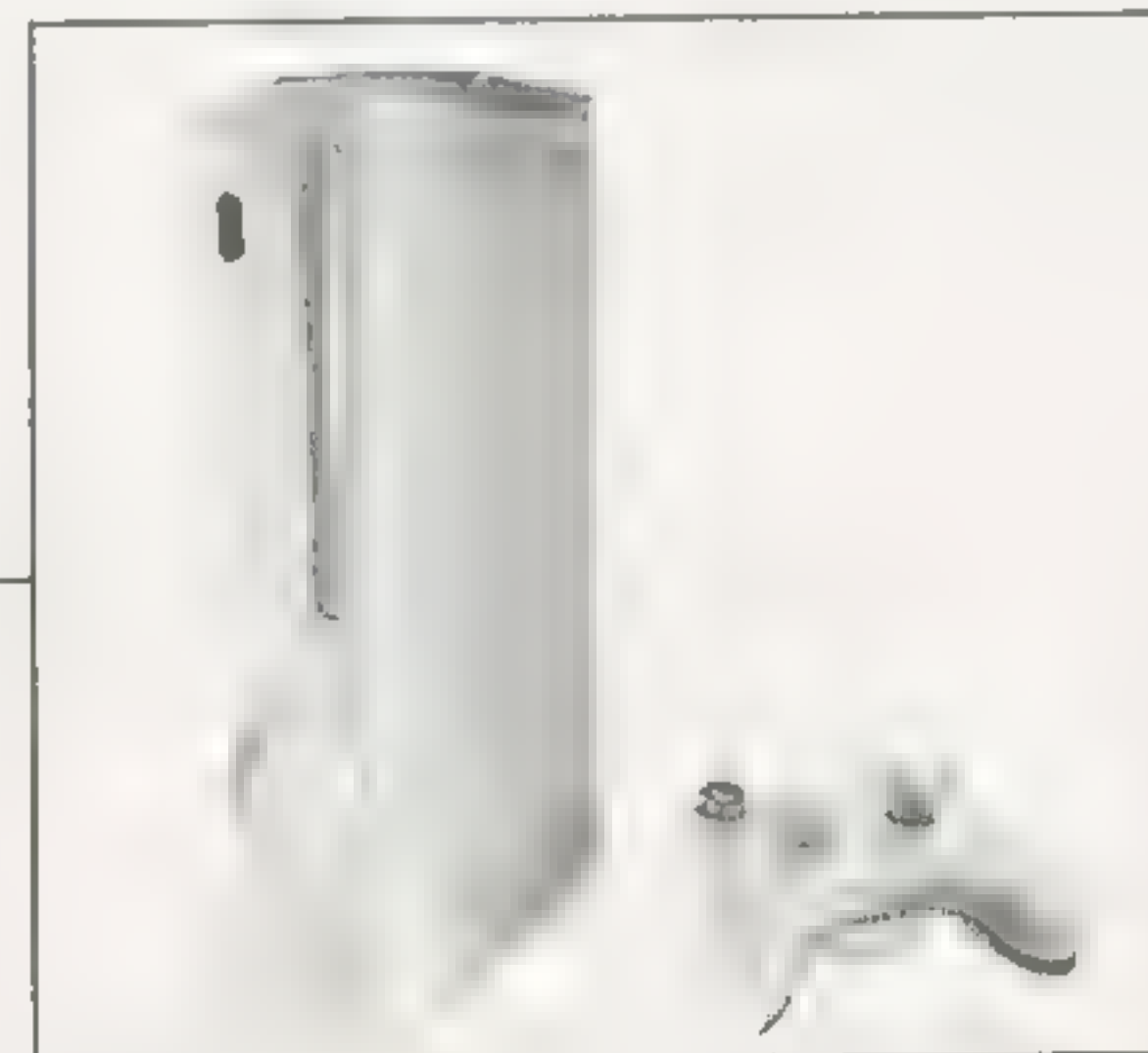
5月

2日 バンダイとナムコ、経営統合を発表。持株会社バンダイナムコホールディングスの設立が明らかに。

11日 セキュリティ対策を施したPSP用システムソフトウェアが公開。

13日 マイクロソフト、新型ハード「Xbox360」発表。発表会の模様をCS放送などを利用して全世界同時放送。…③

タカラとトミーの合併が発表。インデックスも加わった合弁会社設立も決定。

要するにデュアルショックとフォースフィードバックはどう違うか、という裁判。最終的にどちらに転ぶか。

非常に手堅く"萌え"路線を突きつめていった感のある『エミル・クロニクル・オンライン』、通称『ECO』。

ますますPC的になった印象があるデザインのXbox360。E3でもマイクロソフトブースの目玉となった。新型機で巻き返しなるか!?

ゲームソフト批評

イラスト：上田信舟

リモートコントロールダンディSF

受け継ぐべきものを継承する大切さ

「遠隔操縦アクション」という新ジャンルを開拓した、偉大な先人への挑戦となった本作。しかしその結果は決して「ベスト」ではなかった。

text by 天野譲二
プレイ時間：47時間

異色作・佳作を世に送り出した伝説のメーカー・ヒューマン。その遺作『リモートコントロールダンディ』（以下『リモダン』）は、『電脳戦機バーチャロン』などのロボットゲームとは一線を画した個性により、根強い人気がある。同作を開発したスタッフはその後ソフトハウス「サンドロット」となり、『ギガンティックドライブ』『鉄人28号』などの同系統の作品を送り出してきた。

その後本作『リモートコントロールダンディSF』が発表され、サンドロットのHPに「※現在新作ゲーム開発中」と表記されていたことから、サンドロットが原点に帰って最新・最強のリモコンロボゲーを見せてくれる！　と一部で盛り上がったのだが（D3の『ジャイアント・ロボ』だと勘違いしていた人も多数）、本作はサンドロットがタッチしていないことが判明（制作していたのは『THE地球防衛軍2』）、発売前に多くのファンを嘆かせた。

基本的なシステムは優秀だが細かい部分に問題が

ロボットの操作性に関しては、移動をR・Lボタンで行うなど、全ボタンを使用する独特の配置だが、全25話＋α中、3話にわたってチュートリアルがあるので、思ったよりも慣れやすい。キーカスタマイズ機能はないが、キー配置が体系立っていて理解しやすく、これならば問題ないだろう。ロボットの重量感、殴った「感触」も重みがあり、リモコンロボゲーとしては合格である。若干格ゲー要素が強くなっている感じもするが、難易度は抑えられており、ミッションに失敗し続けると高額の寄付金が贈られるなどのフォローもあり、ハードルは低い。

本作で特徴的なのは、従来はロボットとプレイヤーキャラクターの操作が切り替え式だったのを、同時に操作できるようにした点だろう。動くロボットにプレイヤーキャラクターが併走できるようになったのは、プレイヤーキャラクターの位置取りと視点変更が重要なリモコンロボゲーではありがたい。ただしアナログスティックで操作するプレイヤーキャラクターは操作しづらく、攻撃を受けて「わっ」とマヌケな悲鳴をあげ続ける主人公ユニには、殺意さえ覚えた。

ロード時間の異様な多さも問題だ。たとえば各エピソードは基本的にタイトル↓ロード↓デモ↓ロード↓インターバル↓ロード↓発進デモ↓ロード↓デモ↓ロード↓戦闘↓ロード↓デモといった流れであり、とにかく興をそがれる。特に毎回戦闘直前のマップ確認の後、カメラがぐぐーっと回った後に主人公視点につながり、「これから出撃だ！」とテンションを上げた瞬間に長いロード時間に入る

ジ ロボット操作アクションゲーム
メ コナミ
機 PS2
¥ 7,140円（5%税込）
発 05年4月14日

のは勘弁してほしい。出撃するロボットを格納庫からセレクトするときも同様で、セレクトしてから機体が表示されるまでに数秒間待たされるとか、首をかしげるような遅さが目立つ。

　こういった不親切な点はほかにもあり、各ミッションのブリーフィングを選択したら、脇の話も含めたそれまでのデモがそのまま流れ出したのには参った。

　たとえばデモを一切カットした設定にすれば、インターミッションから一回のロードで戦闘に行けるとか、ブリーフィングはテキスト表示だけにして把握させやすくするとか、そういったストレスを軽減させる工夫があっても良かったのではないか。

各種パラメータが逐一ゲージ化されたのも格ゲーチック。確かにとっつきやすさは向上したと思えるが

せっかくの「ロボ」らしさを損なってはいないか？

　しかし一番気になったのは、ストーリーである。本作の舞台は28世紀の未来。かつて落下した隕石から発見された新エネルギー物質。それによって地球は発展し、そして「大崩壊」によって破滅。生き残った人類は惑星開拓に乗り出し、巨大ロボットが建設機械として活用される。しかし主人公の少年・ユニがロボットの操縦者「コマンダー」の試験を受けた日に暴走ロボットが襲来。巨大ロボット同士の戦いが開始された……。

　「SF」という言葉が題名に付加されたように、従来の『リモダン』から『鉄人28号』までのリモコンロボ作品が「オーバーテクノロジーによる巨大ロボットが存在する現代（もしくは近未来）」を舞台にしていたのに対し、本作ははるか遠い未来の時代の（アニメ版「ジャイアント・ロボ」をほうふつとさせるストーリーの）SFとして制作されている。ただしキャラクターデザインなどが50年代風のパストフューチュアを強く意識したものとなっており、別の意味で従来のリモコンロボ作品に近い。アナクロな雰囲気を醸成している。とはいえ出てくる建物がわざわざ旧世紀風の町並みと称して普通のビルだったり、エヴァンゲリオンのようにエレベーターでロボットを隔離された市街地に射出するのは、異なる世界観が混在して、中途半端な印象が強い。

　こういった不満点は、さらに一般市民は避難完了後とか、地上の無人地帯ばかりが舞台となるといった点にも見受けられる。避難民をかき分け、蹴散らしたり、時にはぶん投げたりできないのは、せっかく日常的視点を基盤としたロボットリモコンゲーとしては大いに不満である。また、街の破壊による賠償金が低く、下手に壊して市民からの苦情が殺到するといった「らしさ」がなくなり、戦いの緊張感を薄味にしている。

　過去の焼き直しから一歩も出るな、とは言わない。しかし「SF」と命名しておきながら、その改変部分が中途半端だったりむしろマイナスだったりするのは、避けて欲しかったところだ。登場するロボットがほとんど流用なし、次々に新型が登場するといった、いくつかの改善点は評価できるのだが。

　過去の良作にほれ込み、その続編を一から作り上げたという点では、合格点に達している作品である。しかしサンドロットという、本作のオリジナルを開発し、このジャンルの酸いも甘いも熟達して開拓してきたメーカーをスルーして制作するだけの成果を提示できなかった作品でもある。ベストではなく、ベターなリモコンロボゲーである、と言えよう。

関連作品

鉄甲機ミカヅキオリジナル・サウンドトラック

ジ サウンドトラック
メ メディアファクトリー　機PS2
¥3150円(5%税込)　発01年7月7日

雨宮慶太原作・監督の巨大ロボットもののTVシリーズ。発売されたサントラの初回限定版に、サンドロット製の、ミカヅキを操作できるPS2版リモコンロホゲーの体験版が同梱された。1面しかないものの、特撮物のお約束・東京タワーを背景に怪獣と戦えるのが嬉しい。

イース ナピシュテムの匣

コンシューマーにも登場したシリーズ最新作。移植は成功したのか？

PCゲームの金字塔であり、後のアクションRPGに多大な影響を与えた偉大な作品がPS2で。アレンジは賛否両論だけどね。

text by Alexander服部
プレイ時間：100時間超

暴れん坊将軍に匹敵のシリーズ

パソコンゲームの過渡期から登場している『イース』シリーズもすでに6作目。続く『フェルガナの誓い』も発売が発表されている。基本的な開発プラットフォームはPCで、今作はそのシリーズ6作目をコナミがPS2に移植したものとなる。

ちなみに初代が発売されてから18年も経つ長寿シリーズだ。このままいけば暴れん坊将軍の28年を超えそうな勢いだが、きっと実現するだろう。日本が生み出したゲームシリーズとしてはマリオシリーズと双璧といっても過言ではない。

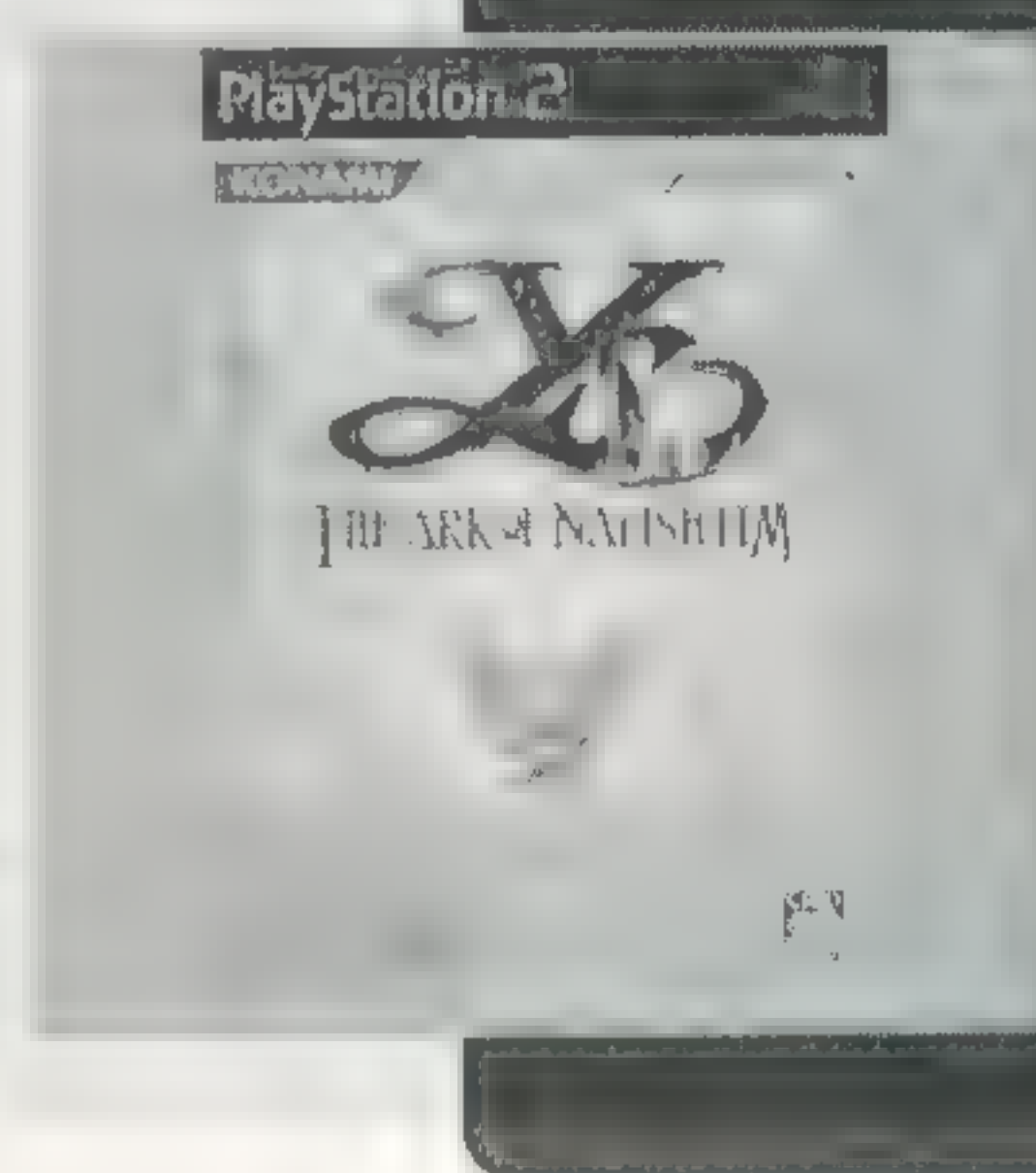
元祖から今作まですべてアクションRPGになっているが、今作では過去の作品と異なり3Dで世界が表現されている。そのことからジャンプを含めたアクションが豊富になっており、PS2に移植されたのも納得がいく。

ポリゴンの扱いが得意で、コントローラ使用でのアクションゲームが多いPS2。購入ターゲットにしても『イース』シリーズは「優しさ」をメインにしていることから、難易度がそれほど高くない。

つまりライトユーザーの多いPS2との相性は最高によいと判断できる。実際にストーリーにしてもサクサク進んでいき、レベル上げも苦痛に思うほど必要ではないのが『イース』の特徴なのだから。

PC版の『Ⅵ』も『イース』の特徴を満たしているし、今回プレイしたPS2版もそれはしっかりと踏襲している。アドルを操って草原を走り回り、洞窟で路頭に迷う。そして最後に明かされるストーリーの全容と倒すべき敵。ロールプレイングゲームの王道シリーズらしい正統派ストーリーとバランス感覚はお見事としか言いようがない。操作やストーリーが変わっても『イース』は『イース』であるとの猛烈な意志を感じることができる。伊達に長い年月続けてきたわけではないと言わんばかりの自己主張。泣けてくるほどに実直なまでに『イース』であり続けている。

PCとは違うのか？

実際にPC版と比較したところ、多少キャラクターが小さいので、違和感があることは事実だ。しかし、コントローラの使い勝手がいいことに加えて、多少のバランス調整を行っているのでアクションを手軽に行えるようになった。具体的に言えば、ダッシュジャンプが簡単に出るようになった。ダッシュジャンプはPC版では難易度の高い行為だったので、これは嬉しい配慮だ。ほかにもジャンプか

ジ アクション・ロールプレイング
メ コナミ
機 PS2
¥ 7,140円（5%税込）
発 05年3月10日

らの攻撃の使い分けが楽になっているので、アクションゲームとしての完成度は高くなっている。ほかにも隠しステージが用意されていることも好材料だ。パズル的な要素とアクションの腕が問われるので、PC版をプレイしていた人であっても楽しむことができる。このあたりはPCで発売されてからの時間を解消するための方法論といえるだろう。

PS2らしいという部分では、キャラクターの音声とフルポリゴンのオープニングムービーといったところか。賛否が分かれるだろうが、ある意味「PS2らしい」変更点だろう。個人的にはオープニングは「やや気持ち悪い」と感じたのだが、それは元祖イースシリーズをタイムリーで遊んでいた古い世代だからかもしれない。

全体的にはPC版をプレイした人が不満を持つ出来には決してなっていない。根本的なアクション、バランス、ストーリーは全く変更が加えられていない。味付けが変わった程度の認識でいいだろう。移植としては非常に良くできている。

移植はいいけど……

先ほども書いているが、移植に関しては完璧に近い。PC版よりも操作は楽になっているとすらいえる。過去の『イース』シリーズしかプレイしておらず、「半ずらし攻撃がないから」という理由で敬遠している人も、同様の技としてジャンプ攻撃（下突き）が加わっているので、まずはプレイすることをお薦めしたい。どちらもコツさえつかんでしまえば相手の攻撃を食らうことなく、相手にダメージを与えることができる。つまり、同じ感覚でプレイできるのだ。

確かに古くからのファンだと「え、これアドル!?」的なショックはあるかも、なムービー

ただ、移植が完璧なことによって不満感が出てくることも否めない。PC版を持っているのであれば買う理由はポリゴンムービーと隠しダンジョンぐらいしか無いのだ。せっかく移植するのだから、少しは味付け部分に力を入れてもバチは当たらないはずだ。最初からPS2でプレイするのであれば問題はないが、移植作であることを考えるとやや物足りない。

最近『イース』の移植に関する話題をよく耳にする。今作はコナミによる移植でPS2コンテンツとして登場しているが、ほぼ同時期にタイトーからも『III』の移植作がリリースされている。タイトーの場合は賛否両論というか、イラストなどが気に入らないなどと様々な場所で論議を醸し出してしまったがそれはさておき、そもそもどうしてPS2の黎明期ではなく、この時期に多いのだろうか。

『イース』シリーズを知るものであれば、このシリーズが多くのプラットフォームに移植され続けてきたことは周知の事実。最もユーザーの多いPS2に移植されるというのは、珍しくもなければ驚くようなことではない。問題はなぜ今頃なのかだ。

『イース』はライトユーザーが夢中になることができるシリーズであり、古くからの『イース好き』を集めることができるコンテンツでもある。同じような時期に移植を乱発されても消費者としては困ってしまうしかない。今作もゲームとして良くできているし、かなり広い層に対してお勧めできる良作だ。それは『III』にしても同様。タイミングさえうまく併せてくれればユーザーの盛り上がりも高まったはず。このあたりを非常にもったいなく感じてしまうのは『イース』マニアだけではないはずだ。

関連作品

イースVI～ナピシュテムの匣～

ジ アクション・ロールプレイング
メ ファルコム　機 PC
¥ オープン　発 03年9月27日

言うまでもない原作。PCの性能がものすごく良ければPS2よりも美しいキャラクターやエフェクトを堪能できる。PS2を持っていないのであればこちらで遊んでみてほしい。

三国志大戦

アーケードの救世主、乱世を切り開くか？

誰もがなじみがあり、思い入れのある三国志を題材にしたカードゲーム。もう少しで社会現象だが、最高の一品にあらず。

text by Alexander服部
プレイ時間：ICカード2枚目突入

ジ リアルタイムカードアクション
メ セガ
機 AC
¥ 1プレイ300円
発 稼働中

カードゲーム史上最大のヒットか？

このゲームは世間一般でいうところの「カード収集型オンライン対戦ゲーム」にあたる。三国志のキャラクターたちが持ち駒（つまりカード）になり、人間同士でしのぎを削る対戦ゲーム。ゲームが終わるとカードを入手することが可能。武将のコストを考えながら相性や相手との駆け引きを楽しむタイプなので、飽きることなく遊ぶことができる。武力の高い英雄や知力に長けた軍師などを操って、日本のどこかにいる対戦相手を打ち負かす。手持ちのカードで相手のカードとの心理戦。人間相手なのでやり出すと止まらなくなってしまうタイプのゲームだ。

三国志最大の英雄とも言える曹操を中心とした「覇王デッキ」と呼ばれる組み合わせであっても、相手次第ではあっさりと負けてしまうことがあるので、持ち駒の種類はできる限り増やしておきたい。コレクターの「集めたい欲望」に働きかけることもできるキラーコンテンツだ。しかも、カードにはレアカードやスーパーレアカードという貴重なものもあるので、現在ではオークションなどでも活発な動きを見せている。

コレクターズと客層

実際にオークションでのトレーディングなどに関しては、このゲームは過去のカードゲームとは比較にならないぐらい活発だ。それだけの人気があると言ってしまって問題はないのだが、これには明確な理由がある。それはゲームの題材。三国志というものは吉川英治に始まって横山三国志や、最近の「蒼天航路」など、世代を問わずに「男の子なら絶対にはまる」時期がある男のストーリー。今ではギャル系の漫画の題材にまでなっているほどだ。つまり、年齢層が過去のゲームと比較すると極めて広い。実際にゲームセンターに足を運べばわかるのだが、背広の人がゲームマニアと同じぐらい存在している。背広の人たちも三国志に対して思い入れがある。そして物語に登場する５００を超えるキャラクターをほとんど暗記しているのだ。財力にものを言わせてカード（キャラクター）を集めることに夢中になるのは必然とすら言える。好きな武将でデッキを組んで負けるのであれば文句はない。

三国志という題材とカードというファクターの相性が抜群に良いがゆえの成功なのだ。ただ、このゲームのように題材を三国志にすればヒット作間違いなしか？と問われれば、それは否定するしかない。あくまでも「カード」、「人間との対戦」、「キャラクターバランス」のトータルが優れているか

らこそ、並ばなければプレイできないような状況が続き、トレードも活発に行われているのだ。だからこそ「惜しい」と思う要素が増える。次こそは開き直って欲しい。三国志対戦にはそれだけの力がある。

開き直れ！

断言する。このゲームはバージョンが上がる。キャラクターも登場しきっていないし、関羽のように三国志でも超がつくほどの重要人物のスーパーレアカードがないなど、意図的に足りないところを作っているのが見えるからだ。ゲームバランスにしても一部の策略がバランス的に問題がある部分もあるので、改善もかねて新しいバージョンは登場するだろう。

地形なども工夫をしてもらいたい。確かに対戦の際にランダムに選ばれる地形はそれなりの個性を持つのだが、残念ながら三国志フリークを喜ばせるほどではない。三国志の見せ場ともいえる長坂の戦いや虎牢関が再現されていないのだ。人間同士の対戦がメインのゲームである以上は、地形をどちらかが選ぶ要素があってもいいのではないだろうか？　有利不利が生まれるかもしれないが、三国志という題材を中心に据えているのだからこれは必須だろう。思い切って「どちらかに対して有利な地形」が存在しても仕方ない。三国志を知っていれば虎牢関で暴れる呂布の雄姿を見たいものだし、それで負けても本望と言えるのだから。

三国志を知らない人がこのゲームをするかと言われれば、おそらくしない。実際に現状では圧倒的に「三国志を知っている」層がほとんどだ。『三國無双』から興味を持った世代も多いかもしれないが、そんな彼らも雑魚武将に至るまで名称を覚えており、へたな三国志マニアよりも詳しくなっている。それなら前述のように「世界の再現」を思い切って進めてほしい。所属勢力による相性がゲーム中に存在するのだが、これを100を超える武将単位の相性にしてもいいだろう。ゲーム中では同じ勢力（その他）の劉表と張角が相性がいいなんてナンセンスにもほどがある。同じ呉の勢力でも凌統と甘寧が殺し合うほどに仲が悪いことだって、三国志を知っていれば常識になっている。現行のバージョンでは「一般的なゲームのルール」を意識していることが透けて見える。三国志の世界をできるだけわかりやすく、ゲームのシステムと融合しているのがこのゲームなのだ。どうせなら三国志を知らない人間はやるんじゃない！　ぐらいの勢いでも十分に人がついてくる。それは今のインカムを見れば明らかだし、世の中に流通しているカードの数を数えてもわかるだろう。

500円のスターターパックには武将カードが４枚封入。おおよそコモンとアンコモンで構成されているようだ

三国志を知らない人はお断り。この開き直りをするだけで、フリークが今の3倍以上のお金を落とす。だからこそ世界観はアグレッシブに再現してもらいたいところだ。カードにしてもキャラクターの絵を描いているイラストレーターは複数いるのだが、萌えに近い絵柄が必要だとも思えないし、女性キャラクターの必要性も見えない。ゲームオタクの層が喜ぶのかもしれないが、最もお金を落としている背広組は敬遠するだけだ。どうせなら徹底して三国志の世界に浸ることができる戦いのゲームにすればいい。そして、それをしてもマーケティング的に問題がないことはわかっているはずだ。

関連作品

ワールドクラブチャンピオンフットボール セリエA 2002-2003 Ver.2.0

ジ スポーツゲーム　メ セガ　機 AC
¥ 1プレイ300円　発 稼働中

メーカーがどう考えようとマニアしかプレイしないカードゲーム。一般人にも遊べるようにする必要などは皆無。選手は能力だけではなく性格まで取り入れるべきじゃないかな？　素直なトッティなんて魅力はない！

ロマンシング サガ ミンストレルソング

幾通りのサガが生まれるのか 真っ白な地図に書き込まれる道

河津秋敏氏ゲームデザインのフリーシナリオRPG『ロマサガ』。『FF』の対抗馬だった個性派がついにリメイク。

text by 卯月 鮎
プレイ時間：45時間

手つかずの地図に胸が高鳴る

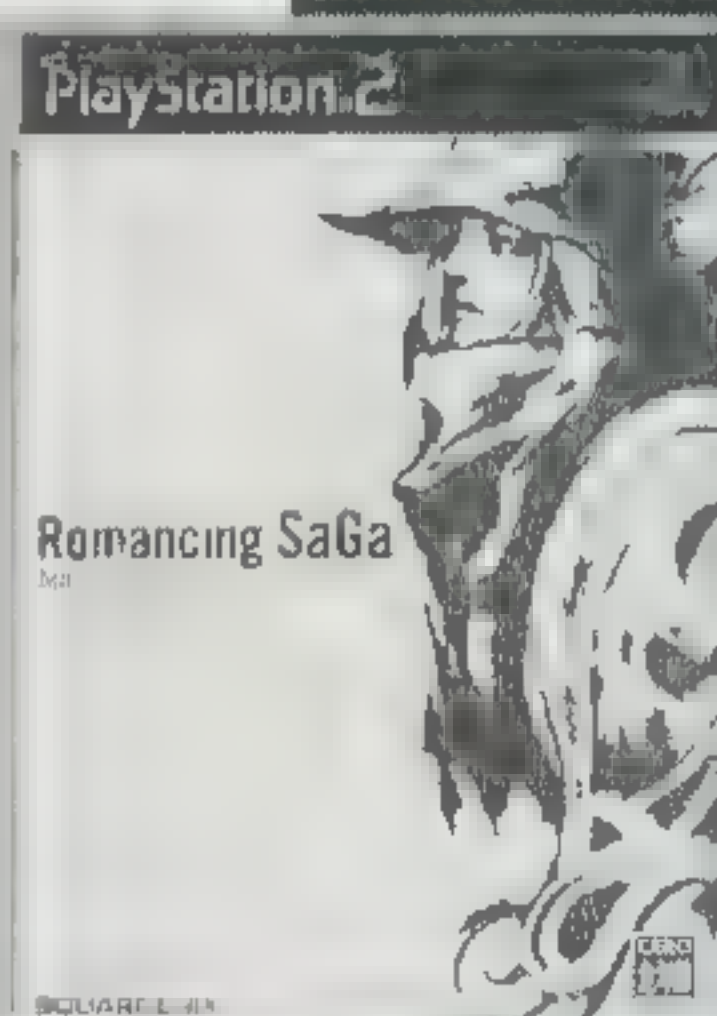
『ロマンシング サ・ガ』（以下、『ロマサガ』）は、92年の発売当初からツアー旅行ではなく、自由旅行だった。『ドラクエ』型のRPGは、決められた行程を、ガイド付で楽しませてくれるツアー旅行。一方で『ロマサガ』は、ポンと白地図を渡されただけの感覚だ。かなたまで広がる世界をプレイヤーが気の向くままに旅をする。当然、最初は戸惑うが、意を決して2、3ヵ所地図を埋めれば、あとは無我夢中。その白地図のすべてを埋めたいという欲求に駆られる。これこそが『ロマサガ』の最大の魅力。自ら積極的に世界とかかわって、8人の主人公すべてのサガを紡いでいく。その国を知らなくても、時差ボケでも、向こうから見どころを与えてくれるツアー旅行とは大きく異なる作りだ。

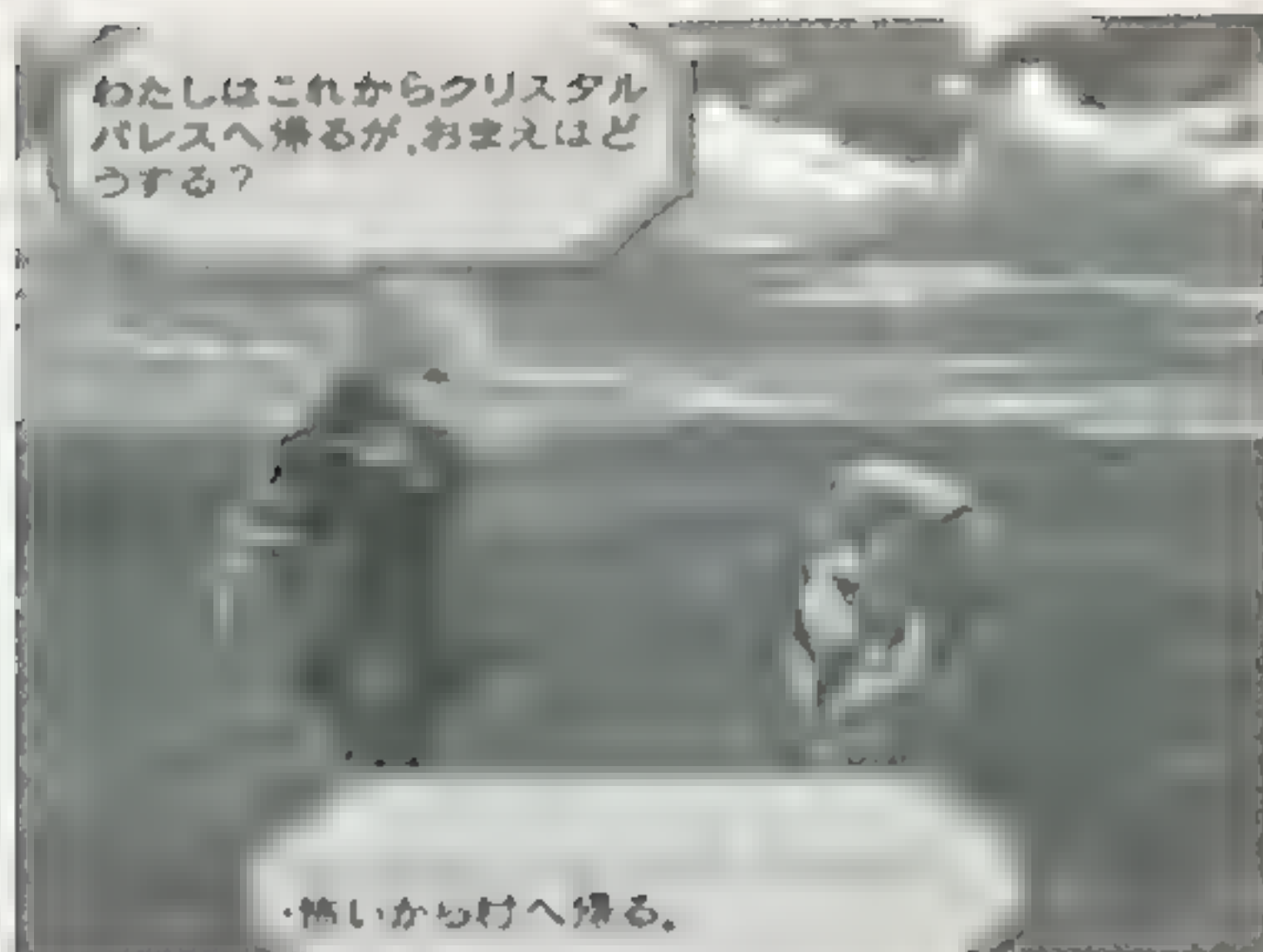
この〝自由〟を成立させるため、戦闘も個性的なスタイルを取る。地域によって徐々に敵が強くなる仕様では、初期の段階で行ける場所が限られてしまう。戦闘回数と敵の強さが比例するシステムは、この縛りを外す。戦闘をコツコツ重ねて、プレイ時間を経験値に変える蓄積型RPGの醍醐味は失われたが、敵を旅の障害と位置づけて、乗り越える冒険の楽しさを生み出した。シンボルエンカウント方式も、リスクを明確にする役割を担う。戦闘をするもしないもプレイヤーの自由。過剰なサービス精神はないが、冒険者をたたえる空気に満ち、十分歓迎を受けたように感じる。

ただし、自由とは言っても選べる8人の主人公の顔や性格は決まっており、キャラクターに由来した固定イベントも発生する。主人公が無色透明で、その色すら自ら決めていく、洋ゲーにしばしば見られるゲーム性とは異なり、本作の主人公は、プレイヤーとは切り離された独自の存在。目立たないながらも、きちんとシナリオの枠組みもある。それが〝フリーイベント〟ではなく〝フリーシナリオ〟と呼ばれるゆえんだろう。

人間とは不思議なもので、無限の選択肢を前にすると、逆に自由を感じなくなる。この『ロマサガ』は、切り捨てた選択肢が気になる範囲の、ちょうどいい広がり。8人という主人公の数も、50人では思い入れがわかないし、3人では寂しい。〝自由度が高い〟と『ロマサガ』は評されるが、どちらかといえば〝自由を感じさせるのがうまい〟と言える。これが、いまだにオンリーワンとして愛され続ける理由なのではないか。

時がたっても風化しない『ロマサガ』の存在感

そして今回、13年ぶりのリメイ

ジRPG
メスクウェア・エニックス
機PS2
¥7,140円（5％税込）
発05年4月21日

クが行われた。リメイク版『ミンストレルソング』では、主人公の設定やシナリオは基本的にそのまま。もちろんフリーシナリオシステムも失われてはいない。変わった部分といえば、グラフィックの3D化と戦闘システム。特に戦闘は『ロマサガ2』の閃きと陣、『サガフロンティア』の連携、『アンリミテッド：サガ』のスキル、さらに「クラス」や「BP（術と技を使うための消費ポイント）」といった新概念をプラスした『サガ』の集大成とでも言うべき壮大かつ解析困難なもの。戦闘も、極めようと前向きな姿勢を持たなければ、門前払いを食う。

2Dと比べると、ロードやキャラの動きなど、3D特有の重さが目立つ。一部ボイスも飛ばせない

旧作がリメイクされる意義はいくつかある。ひとつは過去、容量や技術の関係で至らなかった部分を補うこと。今回は特にバグも見あたらない（初代『ロマサガ』のいっそ豪快なバグは未知なる可能性の象徴ではあったが）。キャラクターの見た目には賛否両論あるものの、3D化された世界のビジュアルは素直に美しい。床まで光り輝くクリスタルシティ、カラフルな石畳がどこまでも伸びるニューロード、クライミングして登る険しいスカーブ山……。SFCの性能では、おぼろげだった町や地形のイメージが、ダイレクトに伝わってくる。不完全なイベントの補完や、周回の引き継ぎなどもファンが望んでいた部分だろう。オリジナル版のユーザーは今回のリメイクに満足できるはずだ。

また、リメイクする意味はもうひとつ。新しい時代においても伝えるべきオリジナリティが保たれていること。懐古趣味に訴えるだけのリメイクではつまらない。『ロマサガ』の場合、オンラインRPGの普及によって、異世界に放り出される感覚は、やや色あせた。しかし、ひとつの世界を多数のキャラクターの視点で見せるRPGとしては、飛び抜けて雰囲気作りがうまい。淡くとも世界にきちんと息づいている物語を、いくつもの視点を重ねることで伝えていく。これは、新規ユーザーにも訴えかける力があるだろう。8人の主人公は相互にがっちりと関係性があるわけではない。ただ、同じ世界に生きて、どこかの町ですれ違う。交差するイベント、誰かの故郷である町、なじみの仲間がいつもいるパブ……。ゲームを遊び込むうちに、旅立つ前には空っぽだった世界が、プレイヤー一人ひとりの心の中に、次第に焦点を結び、くっきりと像を作る。わかりやすいテーマパークと未知なる荒野、真の冒険者には後者が似合う。

『ミンストレルソング』は、最近のゲームとしては非常に不親切だ。このシステムを手の内に入れるにはおそらく数十時間の試行錯誤を必要とする（幸い、クイックセーブとソフトリセットの恩恵で、やり直しは比較的楽だが）。しかし、〝厳しさ〟は欠点ではなく、個性として意識的に打ち出されたもの。92年という発売時期から言えば、アンチ『ドラクエ』かつアンチ『FF』。ゲームを息抜きとする、多忙なプレイヤーには正直向かない。『ロマサガ』を遊び尽くすためのエネルギー量は、とてつもなく多い。

それにしても、『ドラクエV』のリメイク、『ドラクエVIII』と1本道RPGを押してきて、そのあと『ロマサガ』をリリースする。ツアー旅行と自由旅行、どちらも提案する、なかなか営業力のある旅行会社だなあと。

関連作品

ロマンシング サ・ガ

ジRPG
メスクウェア　機SFC
¥9,975円(5%税込)　発92年1月28日

世界に点在するイベントを自由に攻略できるRPG。選択によって結果も変わる。シナリオが1本道の『ドラクエ』との相違が新鮮だった。主人公は、貴族の息子アルベルト、遊牧民の少女アイシャ、都会の盗賊ジャミル、蛮族の女戦士シフなど8人から選べる。

ホームランド

簡素化したMMORPGは新たな可能性をも開拓した。

難解な要素をすべて排除しながら、MMORPGとして最低限楽しめる要素を抽出したネットゲーム入門タイトルだ。

text by 飴尾拓朗
プレイ時間：20時間

国産MMOが新しい境地を見せてくれる

MMORPG（以下、MMO）とひと口に言っても、冒険そのものを目的としたタイトル、チャットツールの延長線上に存在するタイトルなど、ゲームシステムによって目的や特色がずいぶんと変化する。主に国内で流行しているタイトルは、砂金掘りよろしく「数時間の単純作業を経て、天文学的に低い確率で登場するレアアイテム」を発掘する（もしくは奪い合う）タイトルが多い。その本質を「コミュニケーション手段としてのチャットツール」の拡充を図りながら、巧妙に偽装しているようにも取れる。本来、ネットゲームの楽しさは「モニタの向こうにいる人と触れ合うコト」であって、チャットそのものやレアアイテムの探索に終始することではない。『ホームランド』はそんなバクチ的な要素を排除し、ネットワークを通じて「人と一緒にゲームをプレイすること」に大きな魅力を与えてくれるタイトルだ。

本作は、ネットワーク接続でのみ遊べるタイトルではなく、プレイ開始直後はネットワーク接続を必要としない。チュートリアルに相当する「さいしょのぼうけん」をクリアすることで、ネットワークでのプレイが可能となる。プレイデータそのものは、ともにリンクされていてGC『ファンタシースターオンライン』などと同じように、オフライン／オンラインのプレイを任意で選択することができる。既存のゲームのように、オンラインでのプレイを開始した直後に右往左往させるのではなく、まずはゲームシステムそのものをしっかりと理解してもらってからオンラインで思う存分に楽しんでほしい、という制作者の心意気が伝わってくる。

本作のネットワークプレイにおける大きな要素として「神さまシステム」と「手つなぎ」が存在する。「神さまシステム」を既存のフィーチャーに置き換えると「ホストサーバの設定」に相当する。これは、ユーザーのGC本体を新しい世界（サーバ）として開放することで、他のプレイヤーを自分が設定した世界で遊ばせることが可能となる。神さまは、各種ルールを設定することで、他のプレイヤーに対するチョッカイと、常に新しい世界を他のプレイヤーに体感させることができる。そこには、ゲームシステムの制約に依存するのではなく、神さまとなったプレイヤーが他のプレイヤーに対してどう接するかで、彼らの「神さまに対する評価」が変化することだろう。必ずしもプレイヤーが「世界の住人」である必要がなく、世界を支配する側に立つことができるという楽しみ方は、ゲームを構

ジRPG
メチュンソフト
機GC
¥5,800円（5%税込）
発05年4月29日（web通販）、05年6月30日（店頭発売予定）

成する要素を極限まで削り込んだ結果として実現したフィーチャーであり、往年の名作『ポピュラス』をプレイしているような感覚を思い出した。

コミュニケーションの新しいカタチ

もちろん、他の神さまが構築した世界（サーバ）に、プレイヤー自身がアクセスすることも可能だ。その場合は、オフラインでプレイしていたときと同じように遊べばよい。プレイヤーとして遊ぶときに重要なファクターであり、他のネットゲームにおけるパーティプレイに相当するのが「手つなぎ」だ。ソロプレイにおいては、冒険の間に得たマスコットを最大4体まで仲間として引き連れることができるが、オンラインでも手つなぎによって、他のプレイヤーと手をつなぐことが可能だ。オンラインプレイでは、手をつなぐことによって（他のプレイヤーと）奇妙な連帯感を生み出すとともに、自分で集めたさまざまな特殊能力を持つマスコットと一緒に行動することで得られた力を、他のプレイヤーに対して求めることができる。

他のプレイヤーとのコミュニケーション手段として、文字での会話（チャット）も実装されているが、他のネットゲームほどチャット機能そのものを重要視する必要はない。チャットは概して、入力速度の速い奴が主導権を握りがちだが、文字入力の手段をソフトキーボードに固定することで、プレイヤー間で起こる「入力速度の違いによるハンデ」を巧妙にクリアしている。これにより、チャットで発生しがちな「入力速度の速さだけがモノを言う発言権争い」を解消するだけではなく、すべてのプレイヤーが同じ条件で会話に参加するという、難しい命題をクリアしているのだ。

極限まで簡素化し、誰でも遊べるようにというチュンソフトならではのチューニング手腕が生かされている

キーボードでの文字入力を前提としているMMOが多い中、ソフトキーボードに限定した文字コミュニケーションに固執しながら、最低限の意思の疎通を成立させている。そのうえで、プレイヤー同士のコミュニケーション手段を文字でのやりとりではなく、先述の「手つなぎ」にうまく誘導しているのだ。他のプレイヤーと「手をつなぐことで」生まれる気恥ずかしさと嬉しさ、そしてお互いが大きな力を得ることができる。脊髄反射で「文字なんて飾りです……お偉いさん方にはそれがわからんのです。」と口に出てしまう。

これらすべての要素が夏休み、週末、数時間の暇ができたときに……自分のペース「自ら望んで、自制のきく廃人プレイ」を成立させる。そこには殺伐としたMMOではなく、温かみのある協力プレイを経て、文字通り「人と人とのつながり」を体現している。普段ネットゲームで遊ばない層に対する深く静かなアプローチを含めて、本作によって「ネットゲームのこれから」が、自分が考えていたよりもはるかに明るいものに変貌していくという期待感を覚えた。既存のMMOに慣れきった身としては、物足りない部分も多分にあるのかもしれない。しかし、それらに対して真っ向から異論を唱えながら、すべてのゲームプレイヤーに対して「MMOの新たな形」を提示することで、ネットゲームの裾野を広げながら浸透させていくという同社の戦略がうかがえる。本作が「初めて遊ぶネットゲーム」というプレイヤーも多く生まれるのではないだろうか。

関連作品

『ファンタシースターオンライン』(GC)

ジRPG
メセガ　機GC
¥7,140円（5%税込）　発2002年9月12日

ネットゲーム黎明期に、『ファイナルファンタジーXI』と並んで「家庭用ハードでMMORPGをプレイする」という土壌を作り上げた金字塔。コマンドによる最低限の会話で、キーボードを使わなくとも意思の疎通ができるように工夫されている。

エレクトロプランクトン

DSの、ゲーム機の可能性を広げるか？ ゲーム性を削いだ〝アート〟作品集

音と映像を〝鑑賞〟するだけのメディアアート作品。DSの特殊な入力装置が、ゲーム機とアートの融合を実現させた。

text by 紀野康隆

プレイ時間：10時間

ジ メディアアート
メ 任天堂
機 DS
¥ 4,800円（5％税込）
発 05年4月7日

ジャンル・メディアアート＝ゲームではない

やはり最初に、この点を強調しておく必要があるだろう。本作『エレクトロプランクトン』は、メディアアーティストの岩井俊雄氏（※）が手がけ、ニンテンドーDSのソフトという形で発表された〝アート作品〟である。

本作に登場するのは、プレイヤーの操作（タッチや音声入力）に反応し、ユニークな動きや音で応えてくれる10種類の電子プランクトン。タッチスクリーンに線を引くと、その上を移動しながら音を奏でる〝トレーシー〟、拍手や息吹を認識し、そのパターンによって隊列を変える〝ナノカープ〟、人間の声を覚え、倍速や逆再生などのエフェクトをかけてアウトプットする〝ボルボイス〟などなど。これらのプランクトンに直接、間接的に刺激を与え、リアルタイムで返ってくるさまざまな反応を目や耳で楽しむ。これがこの作品の基本的な〝鑑賞法〟だ。

プランクトンと戯れること以外に、プレイの目的は存在しない。ステージやスコアなどの概念もなければ、音源を集めるといったコレクション要素もなし。操作技術の向上を競う内容でもない。なんと、通信もできないし、セーブ機能だってついていない――といった具合にないない尽くしで、〝ゲーム〟的な要素がことごとく排除されている。当然、これは意図的になされたことで、本作は最初から〝非ゲーム〟を目指して作られたタイトルなのだ。

アート作品ゆえ〝鑑賞〟して判断すべし

繰り返しになるが、本作はゲームではなく、10の作品（プランクトン）を1本のソフトに詰め込んだメディアアート集である。ゆえに、「面白い」とか「つまらない」といった相対的な評価はできないし、他人のそういう意見を真に受けるのは危険だ。かといって、「畑違いの有名なクリエイターが作った新しいゲーム」程度の情報で手を出すと、即中古屋へ走ることになりかねない。買ったあとで後悔したくないなら、結局のところ、実際にソフトに触れて「好み」か「好みでない」かを判断するしかないだろう。

筆者の個人的感想を述べると、予備知識なしで購入した割には楽しめたと思う。ゲーム性が希薄なのに戸惑ったのも最初だけで、案外すんなりと受け入れられた。もちろんこれはラッキーな例だろう。筆者の場合、ミニマルミュージックなどの電子音楽に普段から親しんでおり、プランクトンが奏でる単調で即興的なサウンドにもなじみやすかったとは言える。

ゲームの常道を大きく外れる異色作ではあるが、そこは任天堂×岩井俊雄のダブルネーム。DSソフトとしての作りはあくまでも丁寧で、抜群に取っつきやすい。なによりプランクトンと、下画面に映し出されるインターフェイスのデザインが絶品。音や映像と密接にリンクするそれらは実に感覚的でわかりやすく、見る者に「触ってみたい！」と思わせる魅力を備えている。煩わしい操作が不要で、適当にいじってもそれなりの驚きや感動が味わえるのもいい。正真正銘、嘘偽りなしの全年齢対象。いやむしろ、ゲームの〝常識〟にとらわれた我々より、年齢ヒトケタの子供のほうがずっと純粋に楽しめるのではないか。

好奇心の赴くままにプランクトンを刺激し、そこから偶然生まれるリズムや旋律、グルーヴを楽しむのだ。

　セーブ機能がついておらず、記録というものが一切できないのは賛否両論あるようだ。素敵なメロディができたら残しておきたい、誰かに見せたい聴かせたい、というのは理解できるが、その発想自体、本作をまだゲームととらえている証と言えなくもない。セーブ機能を外したのは、メモリ容量などの問題より、メディアアートである『エレクトロプランクトン』という作品の統一感を優先させた結果、だと考えられる。いくら遊んでも何も残らず、電源を切ればすべてがリセットされる。この潔さ、シンプルさこそが本作の理想型なのだろう。

　アートという単語にピンとこない人のために言えば、『エレクトロプランクトン』は、ハード＋ソフトのセットで完成された〝音で遊ぶオモチャ〟、もしくは〝オモチャみたいな楽器〟である。10種類のプランクトンはツールにすぎない。それらを使ってどう遊ぶか、どう楽しむかはユーザーに一任される。ヘッドホンを耳に当て、ひとり電子の海で音と映像に浸るもよし、オーディエンスモード（プランクトンが自動演奏する）をBGMにするもよし。喫茶店などのお店が有線のかわりにDSをつなぎ、客に自由に触らせる、といった使い方をしても面白そうだ。

　いずれにしろ「万人受け」の対極にあるシロモノには違いない。ただ、前例のない画期的なソフトであることも確か。「オススメ！」なんてことは書けないが、一度体験してみる価値はあると思う。

ゲーム機とアートの出会いは何を残すか

　本作は、タッチスクリーンやマイクを装備したニンテンドーDSでしか誕生し得なかったソフトである。しかし、今のDSユーザーに、こうしたゲームですらない新機軸のソフトを受け入れる土壌ができているとは言い難い。『エレクトロプランクトン』専用機にする覚悟でハードごと購入する新規ユーザーがそうそういるとも思えない。ただ、セールス的に苦戦することなど、初めからわかっていただろうし、数字だけを見て成功・失敗を断ずるのは近視眼的に過ぎる。『エレクトロプランクトン』によって、ゲーム機とメディアアートは結びつけられた。この出会いがそれぞれの分野にどのような形で還元されるかは、これからわかることである。DSが〝メディアアートのプラットフォーム〟と認知され、第2第3の『エレクトロプランクトン』が登場するかもしれない。この非ゲームが後進のクリエイターに奇想を与え、思いも寄らぬ新しいタイプのゲームが生まれるかもしれない。そうした影響力や可能性を秘めた作品だと思うのは筆者だけではあるまい。

関連作品

『DEPTH』

ジ音楽ソフト
メSCE　機PS
￥5,040円（5%税込）　発96年12月6日

イルカを操作してテクノサウンドが流れるステージを泳ぎ、エディットに使う音源を集めていく。ゲーム性より「音楽を楽しむこと」を重視した先駆者的タイトルで、「SweepStation」シリーズの第一弾ソフト（第二弾は『グルーヴ地獄Ｖ』、第三弾は『BEAT PLANET MUSIC』）。SCEさん、続編出さないの？

※坂本龍一や宮崎駿らとのコラボレーション、「アインシュタイン」「ウゴウゴルーガ」等のテレビ番組のキャラクター・CGシステムのデザイン、『オトッキー』『シムチューン』『びっくりマウス』などのゲームも手がけた、日本メディアアートの第一人者

FABLE

理想を追い求めた神様が時代に追い越されてしまった

高い理想を掲げ、どこにもないゲームを作り続けたモリニュー。だが7年という開発期間は現実の先行を許してしまった。

text by 多根清史

プレイ時間：30時間

ジRPG
メマイクロソフト
機XBOX
¥7,140円(5%税込)
発05年3月17日

ゲーム開発に果たす「理想」の役割

少し抽象的なことを言うと、ゲームの批評はもっぱら「どんなゲームになったか」、つまり形になった製品だけを論じる「レビュー」になりやすい。実証主義をおろそかにするつもりはないが、時には「どんなゲームを作りたかったのか」＝理想に焦点を当ててもいいのではなかろうか。「無用のきわみ」であるゲームは、理想の光がなければ「存在する理由」を失いかねないからだ。

かつて「クソゲー」を語るブームがあったが、そこでも「理想」は重要な位置を占めていたと思う。よく「品質的に劣ったゲーム」と「偏ったし好が突き抜けたゲーム」（バカゲー）をまぜこぜにしている、と指摘されていたが、そこにもうひとつ、「理想と現実（製品版）とのギャップが激しかったもの」を付け加えたい。

マンガやアニメの原作付きの「キャラゲー」は「クソゲー」が多いと言われるが、当時の平均的なゲームの水準に照らせば、評価が厳しすぎるものが少なくない。さんざんあおられた期待や、原作に対する愛＝理想が、客観的な価値の低さ以上に「怒らせて」いたわけだ。それでも、怒りはふがいないゲームの〝現在〟を変え、〝未来〟を作る原動力となってきた。熱病のような理想のないところに、革命も進歩もありえない。

そして本作『FABLE』の生みの親、ピーター・モリニューも「理想」高き人物として知られている。彼は神となって天変地異を起こす『ポピュラス』や、全知全能を持つ〝手〟となって原住民の生活を助けたりもてあそんだりする『Black&White』などを送り出してきた。これら「ゴッドシム」（神の視点から見たシミュレーション）は、モリニューが考えつく以前はどこにも似たものさえなく、「無から有を生み出す」高い理想に貫かれていたのだ。

しかし、技術や文化の洗練は、ひとつのひな型に基づいた繰り返しの上に芽を吹いて育つ。西洋絵画の「印象派」や日本文学の「アララギ派」なども、先駆者の〝まねごと〟を積み上げた点では、『スーパーマリオ』から派生した横スクロールアクションたちと違いはない。いつもゼロから創る理想は「素人に戻る」ことであり、「成熟」と相反しやすいのである。

だから、モリニューの作品が次第に開発期間が延び、内容が散漫に流れていったのは、自然の摂理とさえ言える。それでも、モリニューはひたすら理想を追いかけることが許される「神様」という空気があった。彼は「未来の種」をまく預言者で、利益の収穫はフォロアーに任せればいい、と。しか

し、『FABLE e』はそうした幻想にピリオドを打ったのだ。

モリニューの2つの挫折

『FABLE』は「アクションRPG」というアリモノの言葉で表現できる。モリニュー作品に親しんだ人ほど、衝撃に打たれてがく然とするだろう。プレイヤーの分身は地上にいる人間の少年で、この窮屈な体の中に閉じこめられて人生を送る（ふつーのゲームじゃ当然だが）。

実際のゲームの進行も、よく言えばきまじめ、悪く言うと「ありがち」だ。主人公は幼い頃に悲劇に遭い、英雄ギルドに引き取られて、戦う技や魔法を身につけて旅に出る。「マルチエンディング」がうたわれてはいるが、基本となるストーリーは一本道で、大きく分岐することはない。ギルドで多くのミッション（任務）を引き受けて「寄り道」はできるが、それが終われば本筋へと引き戻される。

つまり、次に何をするかについて迷うこともなく、とても安心して遊べる。ひとつひとつのミッションには「見つからずに進む」など潜入アクション的な味付けもあり、道中の最後には中ボスが待っている。「洋ゲー」のネックとなる難易度も低く抑えられており、和製ゲームを研究したあとがうかがえる――が、だったら「本家」を遊んだほうが、ずっといい。

モリニュー作品たるゆえんは、「モーフィング」という概念に集約されている。主人公は「正義の味方」ではなく、道徳に縛られずに振る舞える。罪もない農民を連れ出して殺したり、行きずりの相手（男でも可能）と「ベッドイン」

悪事に対する自由度は高いが、新鮮味はすでに薄れている

し、村ごとに妻を作る「重婚」をしても構わない。善行を積めば勇者らしくさわやかに、逆に悪行を重ねると面構えがどんどん凶暴になっていく――という変容（モーフィング）が楽しめる。

しかし、「ワルになれる」という新奇性も、『GTA3』が大ヒットしてこのかた、すでに「横スクロールアクション」並みに手あかにまみれている。殺人や重婚といった「自由度の高さ」にしても、やはり『GTA3』の延長上にあり、ただデータ量が増やされたにすぎない。従来のモリニュー作品に特有の「次元を飛び越える感覚」は消え失せているのだ。

モリニューの「理想」は、この程度の平凡なものだったんだろうか？　その答えは、実現した「イエス」と、実現しなかった「ノー」が複合していると思う。「イエス」の部分＝「善悪の超越」については、時代がモリニューを追い越してしまった。原型の『Wish world』ができたのが7年前というから、ゲームのパラダイムが一巡して新陳代謝が起こるには十分だし、開発が遅れすぎだ。

そして「ノー」の部分＝行動による物語の自由な変化、つまり「人生丸ごとシミュレータ」の挫折については、社会の複雑さが立ちはだかった。どんな国でも貧富の差などの「階層化」はあって、〝平等社会〟のはずのアメリカでも貧富の差は広がるばかりで埋めがたくなり、「機会の平等」が名ばかりのものとなった現実が厳然としてある。『GTA3』が描いた平面でドライな人間関係より、現実はもっと粘っこくていやらしい。もしも本作が真の意味で「完成」していれば、その暗く目を背けたい部分が容赦なくえぐり出されていた、と想像するのはうがちすぎだろうか。

関連作品

グランド・セフト・オート・バイスシティ

ジカーアクション
メカプコン　機PS2
¥04年5月20日　発7,140円（5％税込）

通行人や警官を殺し車を奪うという、あまりに自由な内容に衝撃を受けた人も多いはず。ゲームという架空の世界において「やれた」のに「やらなかった」モラルの向こう側を具現化した問題作。しかし家庭用に移植されたことでこの路線もすっかり一般化した。

探偵・癸生川凌介事件譚 仮面幻影殺人事件

ネットと現実、同時に起こる殺人 仮面の奥にあるのは素顔か……

元気の携帯ゲームサイトという、意外な場所から進出した推理AVG。DSをAVGハードと位置づけるに足る作品だ。

text by 卯月 鮎
プレイ時間：15時間

ジタッチ選択式アドベンチャー
メ元気
機DS
¥5,040円(5%税込)
発05年3月24日

生身の人間が社会生活を営むためには、いくつもの仮面をかぶらなければならない。一方、ネットゲームではキャラクターという仮面をつけているからこそ、素直な自分が表現できる……。この矛盾が、事態を複雑化する。

『仮面幻影殺人事件』は、元気から発売された推理AVG。元をたどれば携帯アプリの知る人ぞ知る人気シリーズで、現在、外伝も含め7作が配信されている。DS版はレギュラーキャラはそのままに、リメイクではなく新たな事件を書き下ろした新作。携帯アプリの第1弾に『仮面幻想殺人事件』という作品があるが、こちらとは別物だ。

ファミコン期の名作が携帯アプリに移植されるのはよくあること。それに比べると、今回のケースは逆輸入と言える。しかし、こうしたパターンは次第に広まるのではないか。「まずは315円で遊んでみる」というスタイルは、ユーザーにとっても有益だろう。

では、本編の紹介に入ろう。主人公は生王正生（いくるみ・まさお）。友人の天才探偵、癸生川凌介（きぶかわ・りょうすけ）が解決した事件をゲームにしているシナリオライターだ。ある日、生王は業界初のネット推理AVG『ミスティ・オンライン』のβテストCD-ROMを持って、癸生川の探偵事務所を訪れる。癸生川の助手、白鷺洲伊綱（さぎしま・いづな）とともに事務所のパソコンでプレイを始めた生王。それはあくまでゲームの中の殺人を推理する遊びだったはずだが……。

システムはコマンド選択式で、奇をてらった部分はない。ただ、タッチにも対応していて、画面の物をクリックするだけで調べてくれるなど、操作が簡略化されているのが特徴だ。

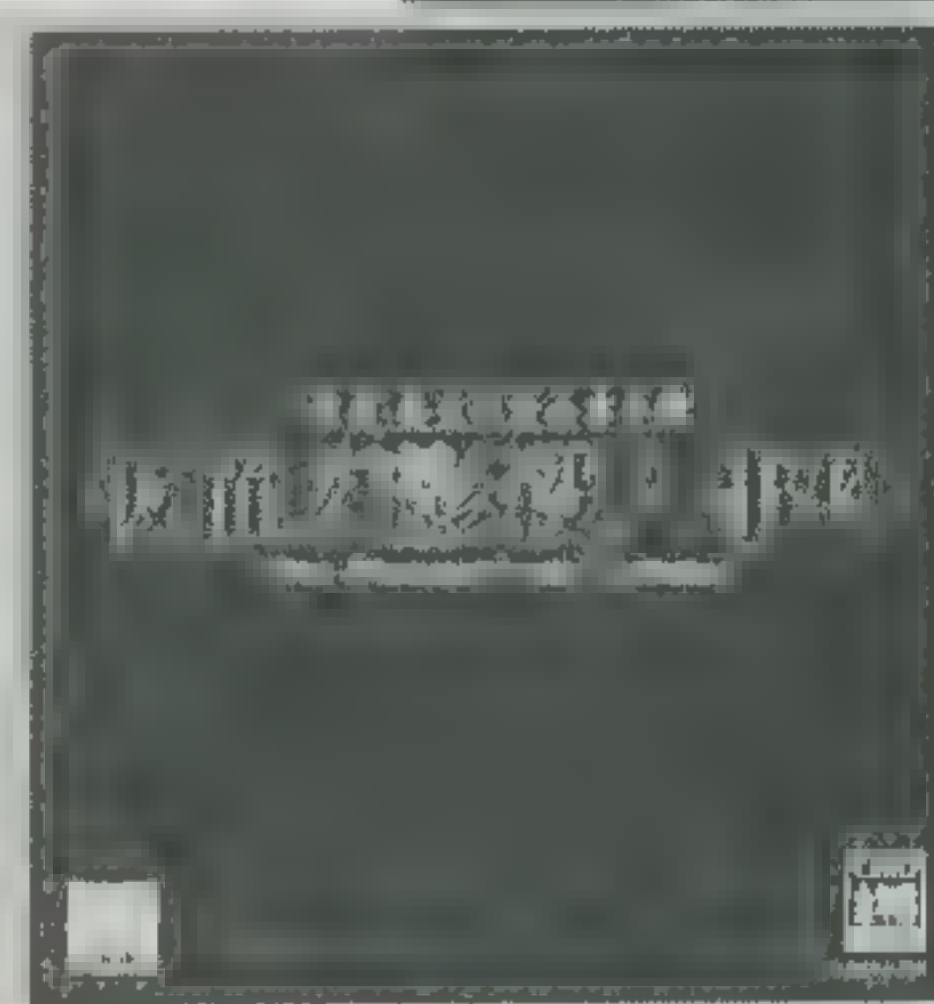
余裕を作らず一気に読ませるシナリオ

本作で特筆すべきは、読み手を引きつける構成のうまさ。奇妙な通り魔事件から始まり、ネットゲーム内での推理に移って、また現実で事件が起きる……。次々と息つく間もなく転がっていく展開は感心するほどよく練られたものだ。

「ネットゲームのイベントで行われた殺人事件と同じ時刻に、モデルとなった本物の団地で発生するもうひとつの事件」。仮想と現実がリンクするという、聞いただけでワクワクするような柱がしっかりと中心に通っている。

さらに、所々に挟まる、質問形式の会話もプレイヤーの心をくすぐる。冒頭から「背後から右腕を切られた？　となると……」「犯人は右利きの可能性が高い　左利きの可能性が高い」といった具合に、こちらの推理力を試す。序盤はどうしても把握すべき事件背景が多い。それを緊張感を保ちなが

ら上手に理解させていく。ゆったりと立ち上がり、事件とともにスピードを増す推理AVGが多い中、スタートから一気にアクセルを踏んでゴールに向かう本作の疾走感はすさまじい。

プレイ時間は10～15時間程度と、既存の推理AVGと比べてボリュームは少ないものの、充実感は高い。語りの巧みさもあって、2～3日でクリアしてしまうプレイヤーが多いだろう。個人的にはせっかく容量が増えたのだから、事件とは関係のない日常生活を描くなど、周囲にゆとりがあったほうがいいのでは、と感じた。が、こちらのテンションが下がらないようグイグイと画面の中から押してくる、この感覚も悪くない。冷静に見直すと、ラストの流れは強引だが、それが気にならないほどの勢いで押し切られてしまう。

本作の企画・監督は元気モバイルの石山貴也氏。今回、音楽には三留一純氏と光田康典氏も参加

DSというハードの特性を考えたとき、本作はその機能を生かしているとは言えない。DSの上画面をネットゲームのディスプレイに見立てる設計は工夫されているが、効果的かどうかは疑問だ。タッチに関しては、タッチミスで間違った選択肢を選んでしまう危険性があり、十字キーとボタンのほうが安心して操作できる。もし〝DS用ゲームである意味〟を問われるなら、正直なところ答えに窮する。しかし、そこに視点を置いては本質は見えにくくなる。機能の追求はハードホルダーの任天堂に任せればいい。推理AVGとしての質は間違いなく高く、ここ近年における傑作だと言えよう。

犯人を見抜けるか？ 遊べる推理小説

あえて気になった点を挙げるなら、キャラクターの造形か。デザインは携帯版とほぼ同様だが、より丸みを帯びてかわいらしくなった。独特の軽さを持つ4コママンガを思わせる絵柄が、社会派色の強い事件とミスマッチを起こす。事件の重さを緩和する役割を担っているのかもしれないが、賛否分かれるところだ。

また、絵のイメージもあってか、キャラクターの人間味が多少希薄に映る。とぼけた性格でいじめ好きの伊綱と、虐げられる立場の生王、謎だらけで奇人の発生川、暑苦しい青年刑事の音成……。ギャグを織り交ぜた彼らのかけ合いは非常にリズミカルで、ウィットに富む。それでも表面上のキャラに依存したやりとりで、演じている感が強い。〝登場人物が世界の片隅で本当に生きている〟と感じるためには、もう少し普段着の素顔の描写が欲しいところだ。「彼らもゲームキャラであり、同じく仮面をかぶっている」という、作品の裏にあるメッセージもわかるのだが……。

といっても、この辺りは「強いて言えば」の部分だ。作品全体を損なうようなものではない。

きちんと作り込まれたストーリー、こちらの意志が反映されるインタラクティブ性、雰囲気を盛り上げる音楽。DSの重さを考えると、これは進化した新書版だと言えそうだ。クリアしたあと、最後のページを閉じたかのようにしばし放心する。その辺りの感覚はまさに小説そのもの。ことさらDSで何かをしようという気負いはない、携帯アプリ出身の割り切りが、作品にプラスに働いたのではないか。こうして読ませるタイトルが競って発売されるようになれば、ゲームは新たなユーザー層を獲得できると思うのだが。

関連作品

仮面幻想殺人事件

ジAVG
メ元気　機i-mode/Vordafone live!/EZweb
¥105～315円(5%税込)

ゲームプログラマが変死した事件を調査する生王。「プレイしたら死ぬ」というネットRPG『タクリマクス』に隠された秘密とは。生王と発生川探偵事務所の人々が登場するシリーズ第1弾。この時期から作品のテイストはすでに完成されている。

WILD ARMS the 4th Detonator

システムの刷新がもたらした大勝利 シリーズはさらなる高みへと到達した

大災厄による荒廃からの復興をテーマにした人気RPG最新作。これぞ、あらゆるRPGファンにお薦めしたい傑作だ。

text by 水野隆志

プレイ時間：34時間

ジRPG
メSCE
機PS2
¥7,140円(5%税込)
発05年3月24日

荒野を疾駆する快適無類のRPG

32ビット機以降に誕生したRPGシリーズの中でベストは何か、と聞かれれば、多くの人が『ワイルドアームズ』を挙げるだろう。このシリーズは、それほど抜群の安定感を誇っている。だが、原点である第1作をリメイクした『Alter code:F』は、初めてのほころびとなった。肝心要である戦闘システムが平凡で、前作をなぞっただけに終わってしまったのだ。

それだけに最新作『4』にかかる期待は大きかった。はたしてシリーズは復活するのか。それとも衰退へ向かうのか……。その答えはファンにとって、最も喜ばしい形で示された。『4』は第1作に勝るとも劣らぬ、傑作となったのである。

その魅力は、たぐいまれな疾走感にある。これほどテンポよく、快適にプレイできるRPGはめったにないだろう。クリアまでの時間は30時間前後。場合によっては、20時間台前半でのクリアも可能だ。だが、問題なのは時間の長さではない。ゲームをしているときのストレスのなさにあるのである。

『4』では、RPGというジャンルがこれまで引きずってきた面倒な作業を徹底的に排除している。

まず目につくのが、戦闘終了時に、ヒットポイントを上限まで自動回復させ、異常ステータスも完治させてしまうことだ。これにより、次の戦闘に備えて、魔法やアイテムを使って各キャラクターの状態を回復させる必要が一切なくなった。これはアイテム購入の手間も大幅に省く結果となり、事実、回復アイテムは戦利品として手に入る分でほとんど賄えてしまう。となると戦闘で得た金の大半を装備の更新に使えるわけだが、実はこれすらも、ダンジョン内を探索したり、敵から奪えばそれなりに強力な装備が手に入るようになっている。つまり、ショップに立ち寄ること自体が激減したのだ。その一方で、魔法や強力な技などを使用するのに必要なMPを戦闘終了時の状態に据え置くことでバランスを取っている。MPに関しては、回復アイテムすらないのだが、その代わり技などでの回復が可能で、魔法使いキャラに至っては、ガード体勢を取るだけで少量のMPが回復するなどの救済措置が設けられている。失ったMPは戦闘の中で効果的に補充すればいいことになり、この点も含めて、戦術でカバーできるようになっているのだ。

次に戦闘の発生回数が減っている。『4』ではワールドマップを移動する際の遭遇をすべてなくしている。戦闘はダンジョン（建物内だけでなく山岳や洞窟などの自然地形も含む）のみに限定され、

しかも発生させるかどうかを、プレイヤーが任意で切り替えられるのである。ランダム遭遇をオフにすれば、固定のボス戦以外はまったく起こらなくなる。探索をしたいとき、経験値を稼ぎたいとき、それぞれに応じて戦闘を調節できるので、多少複雑なダンジョンに入っても、戦闘と謎解きの両方で頭を使い、イライラさせられることはない。

この2点により、戦闘に関する手間は極限まで切り詰められた。だが、『4』の真価はその先にある。煩わしさをなくしたうえで、戦闘そのものは多彩な戦術を考えられる、実に優れたシステムを採用しているのである。

クラスの役割を重視したヘックスバトル

『4』の戦闘は、SLGなどでおなじみの六角形のマス、すなわちヘックスを使って行われる。中央にひとつマスがあり、各辺と接する位置にそれぞれひとつずつのマス、合計7つのヘックスがバトルフィールドを構成する。戦闘が始まるたび、敵味方の全キャラクターがこの7ヘックスにランダムにセットされるのだ。

このうち、3つのヘックスは、地水火風の4属性のうちから選ばれた3つの属性を持つ（残りの4マスは無属性扱い）。4属性に対して3つなので、必ずひとつ欠けるのがミソだ。属性の影響はかなり大きく、例えば、火属性のヘックスでは火系攻撃の効果が著しく増強され、逆に火と相反する水属性のヘックスでは大幅に減殺されてしまう。各ヘックスには最大4人まで入れるのだが、敵味方が同じヘックスを共有することはできない。敵の苦手属性を押さえ、得意属性を渡さないようにすれば、勝率は一気に上がるというわけだ。

ヘックスの持つ属性をいかに活かすかが勝敗を左右する。補助魔法でのステータス変化も効果的だ。

味方は最大4人でパーティを構成するので、単にヘックスを押さえるだけなら、ひとりずつ違うヘックスに置いたほうがいいのだが、実はここにも駆け引きがある。魔法はすべてヘックスを対象とするので、ひとつのヘックスにパーティが集まっていれば、回復やステータスアップの魔法を一度で全員にかけることができる。さらに特定のキャラクターが同じヘックスにいると、強力なコンビネーション技を使うこともできるので、固まっていたほうが有利な場合もあるのだ。その反面、攻撃もヘックスを対象とするから、全員が同じところにいると、敵から集中攻撃を受けてしまう恐れもある。まさに臨機応変な戦術なくして勝利はつかめないのである。

『4』では、クラスによる役割分担も徹底している。4人のパーティメンバーは、ゲーム内での名称はとりあえず置いて概念的に言えば、戦士、魔法使い、盗賊、僧侶という、ファンタジーRPGでは最もポピュラーなクラスに分類されている。得意分野を活かした使い分けもヘックスの確保以上に重要だ。これはRPGの基本ではあるが、明確にクラスの機能を特化させたことで、誰が欠けてもきつい、という状況が生まれることになり、戦闘に緊張感を与えてくれている。

ぜい肉を極限まで削ぎ落とし、戦闘システムそのものは練りに練った『4』。それはシリーズ中、屈指の傑作であると同時に、ゲームに長時間を割くユーザーが減りつつある現在、RPGというジャンルが生き残るにはどうするか、ひとつの解答を示した作品と言っても過言ではないだろう。

関連作品

ワイルドアームズ Alter code:F

ジRPG
メSCE 機PS2
¥7,140円 発03年11月27日

グラフィックが格段に向上し、戦闘時にはボイスも入るなど、演出面を強化した『1』のリメイク版。だが、キャラクターの役割分担があいまいになり、戦闘が単純な力比べになってしまっている。『4』と比較すると、RPGにおけるクラスの大切さがよくわかる。

ニンテンドッグス

現実とゲームが地続きになる感覚 〝新しい遊び〟の形が見えてきた

タッチペンで触る、マイクで呼びかける。DSの機能と「ペット」という生き物への愛情のかけ方をリンクさせた意欲作。

text by 池谷勇人

プレイ時間：10時間

ジ コミュニケーション
メ 任天堂
機 DS
¥ 各4,800円（5%税込）
発 05年4月21日

発売当初は「2画面＋タッチスクリーン」に頼った「一発ネタ」ばかりが目立ってしまい、肝心の「ゲームを変える」提案がイマイチ見えてこなかったDSだが、最近になってようやく任天堂の「やりたいこと」がポツポツとカタチになって表れはじめた。『エレクトロプランクトン』、そして『nintendogs』（以下、『任天犬』）。この2本を見ると、任天堂が描く、「新しいゲーム像」がおぼろげながら見えてくる。

『エレクトロプランクトン』は他のページに譲るとして、『任天犬』だ。「ファミ通」のクロスレビューで久々の「40点満点」をたたき出した宮本茂氏の自信作（もちろん宮本氏が直接手がけたわけではないが）。筆者もこの不思議な感触に戸惑いつつ、ニヤニヤ、ゆるゆると楽しませていただいた。

新しさに与えられた「満点」の評価

レビュー本編に入る前に、「ファミ通」の「40点満点」について。『任天犬』や『エレクトロプランクトン』の面白さは、従来の「ゲームという遊び」に対しあまりに異質すぎる。他のゲームに比べて合う、合わないの差はよりはっきりと表れるだろうし、何より採点のモノサシとなる前例が存在しないから「点数」が付けにくい。

しかし、そこで「ファミ通」は、同誌の「顔」とも言えるクロスレビューで、堂々の満点を付けてきた。ひたすら平均値を濾（こ）しとってきた、同誌のクロスレビューとしては異例の扱い。それは、「ファミ通」は全面的にこの「新しさ」を評価します、という明確な意思表示にほかならない。

何より公平を重んじるべきクロスレビューで、本来ならこういうバイアスのかかった意見はNGだろう。しかし、それ以上にこの「新しさ」に満点を与えた姿勢と勇気には拍手を送りたい。久々に痛快なレビューを読ませていただいたと思う。

「すれ違い通信」の大きな可能性

ゲーム内容は、誤解を恐れず言えば、子犬を題材としたペットゲームといったところ。ただし、どんなに遊んでも子犬たちは成長しないし、エサをやり忘れても死んだりはしない。芸を仕込んでコンテストに出したりといった要素はあるものの、参加は別に強制ではないし、勝ってもエンディングが見られるわけでもない。比重はあくまで「リアルな子犬と触れ合って楽しむ」というコミュニケーションの部分に置かれている。

子犬たちの動きやモデリングは非常にリアルで、実際に犬を飼った経験がある筆者から見ても「ホンモノそっくり」の太鼓判を押せる

出来栄えだ。しかも本作では、タッチペンを使って実際に(?)子犬たちをモフモフすることが可能。特定の操作デバイスを介さず、じかに触れるヨロコビはやはり大きく、触っているだけでシアワセな気持ちになれる。ほかにも、マイクを使って「お手」や「おすわり」といった芸を教えたり、近所を一緒に散歩したり、さまざまなグッズを使って遊んだりすることができる。

それだけと言えばそれだけのゲーム。しかし、本作には従来のゲームになかった3つの「新しさ」がある。

ひとつは「タッチペン+マイク」という入力方式である。コントローラというデバイスを介して「触る」のと、プレイヤー自身が直接画面にタッチしたり、声を出したりして「触る」のとでは、ゲームへの没入感に天と地ほどの差がある。もしも本作がマウスやコントローラでの操作だったら、子犬たちとの触れ合いはもっと味気ないものになっていたはずだ。

子犬のもつ「もふもふ感」は十分に表現できている。走る、座るなどのしぐさも愛くるしい

2点目は、「無線通信」の可能性を示したこと。本作では、DSをスリープモードにしたままでも通信相手を探せる「すれ違い通信」機能を搭載。通信待機状態にして持ち歩いていれば、偶然すれ違った相手ともグッズを交換したり、相手の犬と遊んだりすることができる。筆者は都内在住だが、通勤電車内や職場近辺など、日常生活圏内でも結構いろんなシチュエーションで「すれ違う」ことができた。試しに大きめのターミナル駅近辺をウロウロしてみたところ、およそ2時間で6人という高ヒット率を記録。実売50万本弱(5月上旬時点)の『任天犬』でコレだから、『ポケモン』で搭載したら間違いなく大変なことになるだろう。また、本作を持ち歩いているだけで、朝夜の満員電車や休日のお出かけがグッと楽しくなるのも大きな発見だった。ゲーム内のワクワクが現実世界まで地続きになっている感覚。これも「すれ違い通信」あっての体験である。

そしてもうひとつは、「ゲーム」という文法を打ち破り「遊ばなくてもいいゲーム」というスタイルを切り開いたことだろう。本作には「クリア」という明確な目的はないし、がんばって芸を教えても、特にゲームが有利になるような見返りはない。ただ触ることが楽しい、自分の声に応えてくれることが嬉しい……ゲームを動かす原動力は、あくまでプレイヤーの「楽しい」「嬉しい」といった自発的な感情に委ねられている。

遊ぶペースだってプレイヤーの自由。毎日どっぷり数時間、ディープに子犬たちと戯れ続けてもいいし、とりあえず起動しっぱなしにしておいて、気が向いたときにちょっと触ってあげるだけでもいい。どのように「ゲーム」と触れ合い、どのように楽しむか――すべてはプレイヤーが決めればいいのだ。友達に触らせて反応を楽しむのも、他の飼い主を探して街へ出かけるのも、立派なゲームだろう。

今のゲームは、昔に比べ敷居が高くなったと言われる。ゲームを買っても「遊び方」がわからない。「楽しさ」までたどり着くのが面倒くさい。そんなユーザーの不満が「ゲームが売れない」という現状につながっているのではないか。

それならいっそ、ややこしい「遊び方」などなくしてしまえばいい。触って楽しい、気持ちいい。あとはプレイヤー自身が好きに楽しめばいい。任天堂がDSに求めた「新しいゲーム」とはつまり、そういうモノだったのではないか。

関連作品

エレクトロプランクトン

ジメディアアート
メ任天堂　機DS
¥4,800円(5%税込)　発05年4月7日

さまざまな色や形をしたプランクトンたちを触って楽しむメディアアート。特に目的はなく、「触れる」ことで生まれる音や光をひたすら楽しむ、という点では『任天犬』と同じ「遊ばなくていいゲーム」と言えるだろう。

シャイニング・フォース ネオ

ただの関連作とは言わせない。シャイニング・プロジェクトの真骨頂

不朽の名作『シャイニング・フォース』の名を冠した新作は、旧作のイメージを断ち切った新しいスタイルを打ち出してきた。

text by 飴尾拓朗
プレイ時間：80時間

ジピュア・ファンタジーRPG
メセガ
機PS2
¥7,140円(5%税込)
発05年3月24日

熟成されたゲームシステム

PS2『シャイニング・ティアーズ』（以下、『ティアーズ』）の登場からおよそ半年の時を経て発売されたシャイニングプロジェクト最新作。初代『シャイニング・フォース』の面影をみじんも感じさせられないゲームシステムに、驚きを隠せなかったプレイヤーも多いに違いない。序盤のストーリー進行に合わせて必要最低限のチュートリアルが展開されるため、小一時間程度のプレイを経てゲームをどう進めていけばいいかをシナリと理解できるだろう。ちょうど、ニンテンドウ64で発売されていた『ガントレットレジェンド』シリーズに、RPG的な要素をより濃くしたようなフィールドの連続でマップが構成されている。斜め見下ろし型の疑似3Dフィールドを埋め尽くす敵をバッサバッサと斬り倒すアクションシーンは、心地よいそう快感を体感できるハズだ。

冒険に引き連れる仲間には各属性や物理攻撃に対する耐性、各種魔法使用の可否などをはじめとしたパーソナリティが与えられている。『ティアーズ』との大きな違いは、本作においてはNPCの能力はプレイヤーが任意に調整するのではなく、レベルの上昇とともに自動的に強くなっていくことか。ゲーム中は2人の仲間を同時に連れて行くことが可能だが、状況に応じて誰を同行させるかを選択する必要が出てくる。好みのキャラクターだけを育てていくと、必ずと言っていいほど壁にブチ当たる絶妙なステージ構成。たとえ同行するキャラクターがNPCであっても、一緒に生き残らないと後味の悪い気分にさせられる、NPCに対するうまいパーソナリティ付けがされている。チョコマカと動き回る仲間たちは、うるささを感じさせない空気のような存在でありながら彼らに「背中を護ってもらっている」感覚が、プレイヤーの心をさわやかにくすぐる。

また、ストーリーが先に進むにつれ、20ヵ所以上に及ぶ「レギオンハイヴ」と呼ばれるモンスターの巣窟を巡る必要が出てくる。特定のレギオンハイヴを攻略することで、仲間の能力を飛躍的に上昇させることが可能となるが、各地に散らばったレギオンハイヴの探索を、面倒くさいと思うか過去に行きそびれた場所の補完と取るかで、評価が分かれるところだ。とはいえ、レギオンハイヴを含めたさまざまな戦場を駆け巡ることで、仲間たちの強さが高みに達するのを実感することができるだろう。

絶妙なバランスの上に成立する難易度

主人公マックスに関しては、「フ

ォースアート」と呼ばれる強化手段を用いることで、「より強い戦士」に育成することができる。能力を伸ばすことのできる項目は攻撃力の増大から防御にまつわるものと多岐にわたり、刻めば刻むほど、徐々にではあるが確実に成長していく手応えがあるはずだ。マックスの強化手段はフォースアートのほかに、武器や防具の変更でも行うことが可能だ。各種装備には、特定の属性に対する防御力の上昇をはじめとして、さまざまな追加効果が付与される。また、（倉庫を含めて）最大で二百個以上も管理する必要が出てくるアイテムを整理するのに、任意で個別に色付けができるという非常に便利な機能が採用されている。使用頻度や高値で売れるものといった区分に対して、プレイヤーの負担を軽くする心遣いが嬉しい。

　各装備は場面に応じて、プレイヤーがリアルタイムで切り替える必要が出てくるが、昨今のＲＰＧに見られるすべてにおいて最強！と言える装備は存在しない。中盤以降、装備の組み合わせを間違えると「楽勝だったはずの敵」から大きなダメージを喰らい、ヘタをすると一発でゲームオーバーになってしまう。ただし、そこにあるのは「不条理な死」ではなく、自らの戦略ミスによるものであるとプレイヤーに認識させる要素と、もう一度挑戦するための意欲が存在する。この場面でああしておけばよかった……この組み合わせはどうだろう？　という、さっきまでつっかえていた場面から「先へ進むための」試行錯誤をプレイヤーに課す。フォースアートによる強化を含めた試行錯誤をプレイヤーに対して苦行と感じさせず、もっと先が見たいと感じさせる手腕を大きく評価したい。

　本作に対する苦言らしい苦言といえば、マルチプレイという要素を一切排除したことか。マルチプレイという要素そのものが『ティアーズ』で不評だったからオミットしたのか、それともハナっから眼中になかったのか……。『ガントレット』をプレイするために銀行に走り、10円玉の束を握り締めた拳を高らかに「コレが俺の命（ヘルス）だ！」と叫んでいた頃の感覚や、ＧＢＡ『シャイニング・ソウル』シリーズで好評だったマルチプレイの要素が本作で味わえないのは非常に残念でならない。「強化したキャラクターによる多人数プレイの要素」に適していて、かつ昨今のＭＭＯＲＰＧを強烈に意識したゲームシステムなだけに、多人数プレイの要素はぜひ取り入れてほしかったと思う次第。今からでも、多人数プレイor小規模ネットワークでの対応を追加したバージョンが欲しいところだ。

　本道に限りなく近いシナリオ構成でありながら、ゲームシステムのインパクトでうまく偽装されていて、ストーリーをアタマにたたき込まなくともしっかりとプレイできる。裏を返すと、ストーリーの必然性の薄さと魅力的なキャラの見せどころがプレイヤーの頭に残らないことになるが、80時間近いプレイ時間をたたき出すのに苦痛や面倒くささを一切感じさせず、かつ2週間近くほかのタイトルに見向きもせず黙々とプレイするに至った絶妙なチューニング……大作になれなかった名作。という表現が本作に適した称号だろうか。

『ガントレット』シリーズにハマり狂ったモンキー野郎共、一度コントローラを手に取れ！　そして、広大な戦地に赴くがいい。

常にギリギリのゲームバランスと爽快感との絶妙なバランス。練りこんで作りこまれている証拠だ

関連作品

ロードス島戦記　邪神降臨

ジARPG
区角川書店　機DC
¥7,140円(5%税込)　発00年6月29日

往年の名作『ガントレット』を意識しながらＲＰＧ要素の強化を経て、ＤＣ円熟期に登場した。本作のベースとなる要素をすべて確立し、隠れた良作として静かにヒットを飛ばしたのち、見事ＤＣベスト入りを果たした。

DEMENTO

血と狂気をもてあそぶ不健全な世界観 そこに秘められた、作り手のこだわり

イタリア映画が得意とする、美少女虐待ホラーの魅力を凝縮。だが猟奇性の裏には、ゲームを解く楽しさが隠されている。

text by 水野隆志
プレイ時間：14時間

ジ ゴシックサイコホラー
メ カプコン
機 PS2
¥ 6,990円（5%税込）
発 05年4月21日

一見、サイコ・ホラー だが本当のウリは胸と尻

「一糸纏わぬ姿で古城の地下室に監禁されている美少女」

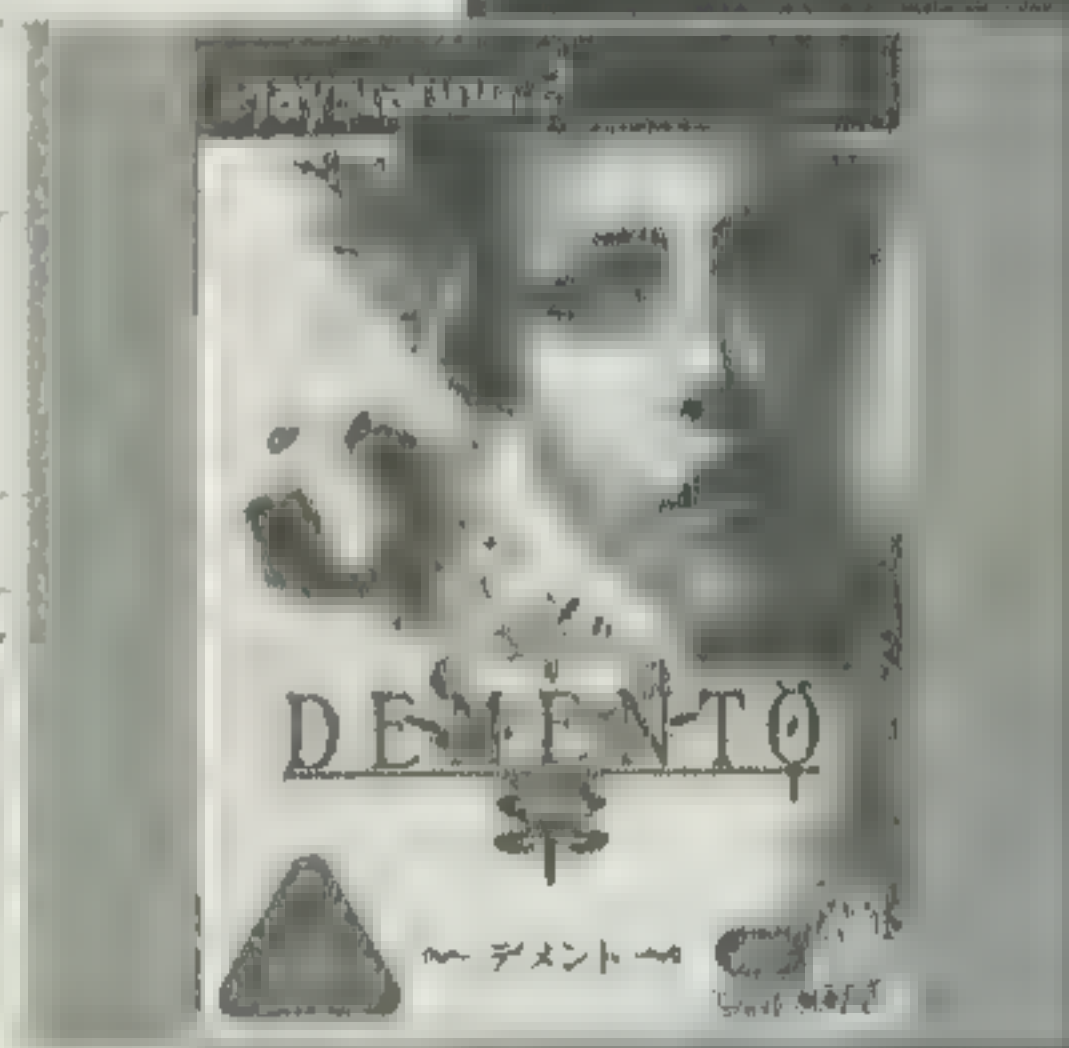
このキャッチは、もうそれだけで強烈なエンターテイメントを生み出す。特にホラーやサスペンスファンには、看過できない魅力的な設定だ。ありがちといってしまえばそれまでだが、定番には定番ならではの強みがある。『DEMENTO』は、その意味で王道中の王道を行くAAVGなのだ。

プレイヤーはヒロインであるフィオナを操作し、古城の中を探索して、脱出路を探していく。その過程で数々の謎や狂気をはらんだ敵に遭遇し、それらを突破していくことで、次第に自分が監禁された理由が判明してくる。ゲームシステムのうえでも、非常に一般的な構造と言えるだろう。

多少変わっているのが、敵は特別のイベントが発生しない限り倒せず、普段は撃退するだけ、という点。と聞けば、誰もが『クロックタワー』シリーズを連想するだろう。だが、その影響下にあるのは間違いないとしても、『DEMENTO』では撃退手段が多く用意されているので、プレイ感覚はかなり違う。特にパートナーであるホワイトシェパード・ヒューイの存在が大きく、彼（と呼ぶことにする）をきちんと手なずけていけば、戦闘はどんどん容易になっていく。そのため、謎解きの答えがわかれば、2時間少々でのクリアも可能。まさに週末の夜にホラー映画でも見るような気分でプレイできるのだ。

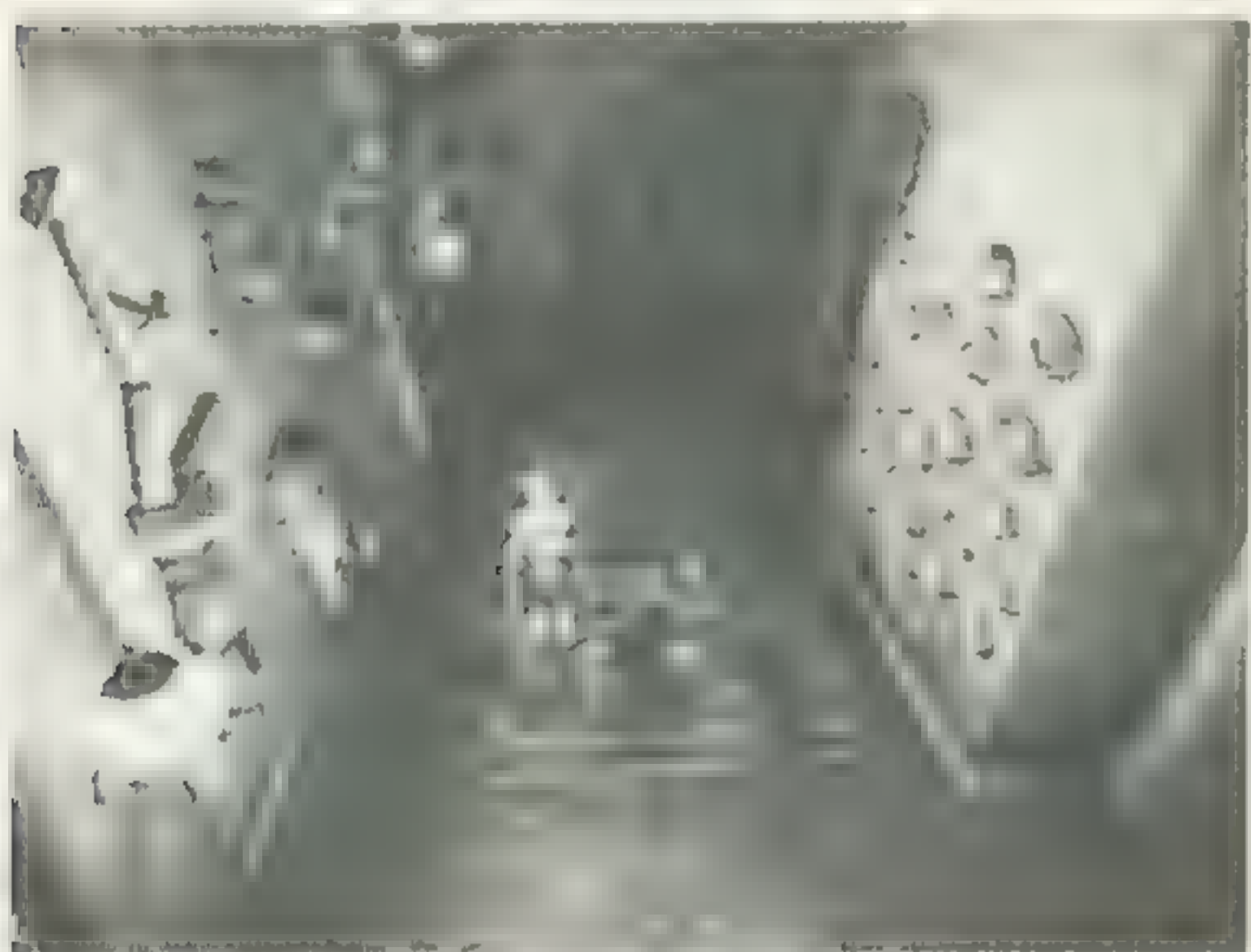
実際、この作品はホラーファンなら狂喜乱舞しそうなギミックに満ちている。張りつけにされた人形、引き裂かれた肖像画、作りものではない人体模型などが、ストーリーの本筋とはまったく無関係に散りばめられている。この狂気は、『クロックタワー』を継承していると言えるだろう。

加えてもうひとつの要素が、週末気分を盛り上げる。それは過剰なばかりの色気だ。官能などという上品なエロスではない。もっと下半身直撃の低俗なエロである。パッツンパッツンの服に強調された胸をぶるんぶるん揺らし、レースの超ミニスカートの向こうにチラチラと尻を透かしながら行動するヒロインの姿は、まさにB級ホラーのスクリーム・クイーンそのもの。さらにひとたびゲームをクリアすれば、セクシーキャバのコンパニオン並みの露出度を誇る追加コスチュームが使用可能になる。女子どもお断り、オジサン大喜びの隠しフィーチャーだ。

こう考えると、ホラーの看板が世間サマの目をそらす仮面にすぎないことがわかってくる。『DEMENTO』の真の魅力は、美少

女の胸や尻を存分に眺めることにあるのだ。性的な表現に関するバッシングが厳しい現在、極めて勇気ある英断と言えるだろう。

低俗路線を脱却する謎解きの難しさ

だが、ここで重要なのは『DEMENTO』が胸と尻をウリにしているのは間違いないとしても、それで終わっているわけではない、ということだ。実はこのゲームの難易度は結構高く、胸や尻にぼーっとなっていたのではとても解けない。前述したように、戦闘は慣れてくれば楽になってくるのだが、問題は謎解き。いわゆるヒントのたぐいが非常に少ないため、よく周囲を観察し、わずかに与えられたメッセージを頼りに頭をひねっていかねばならない。さらにマップが、ないよりはまし、といった精度なので、古城の間取りを把握するのも大変だ。広さはさほどではないのだが、非常に入り組んでいるうえに鍵のかかった扉が多いので、ちょっとやそっとでは覚えきれない。キーアイテムを手に入れても、使うべき場所に行けずに迷う、ということもよく起こる。

また、ヒューイをきちんと手なずけられるかでも、ゲームの難易度は変わってくる。彼を手足のように使いこなせれば、戦闘は非常に楽になるのだが、相手が犬だけに完全に意のままに操れるわけではない。食べ物を上げるなどして友好度を上げ、いいことをしたらほめる、悪いことをしたらしかるといった行為を繰り返して、きちんと調教していかねばならないのだ。ひどいことばかりしていると、ヒューイに敵がい心を抱かれ、言うことを聞くどころか、かみ殺されてしまうことすらあるのだ。

めくるめくエロとグロの世界へようこそ。し好の合う人には、至福の喜びを味わえること疑いなしだ

さらに、フィオナのライフやヒューイの友好度など、データのすべてがマスク状態になっていて、プレイヤーは直接数値として見ることができない。そのためキャラクターの動きをよく見て、疲れていたら休息する、などの対応をキメ細かに行う必要があるのだ。

さまざまな点に注意を払わねばならないため、いつしかプレイヤーは、ヒロインの胸や尻などにうつつを抜かしているわけにはいかなくなる。つまり、お色気はゲームを解いたことに対するご褒美なのだ。追加コスチュームのひとつである「カウガール」など、その象徴と言えるだろう。なんとこの服を着ると、フィオナが銃を装備し、敵をバンバン撃てるようになるのだ。逃げる必要などまったくなく、ゲーム性が大逆転する仕様である。なお、カウガールと言っても、牛のコスプレをするわけではない。西部劇のガンマン風のスタイルである。ただし、胸と腰はなぜかビキニ。いやもう、さすがである。

『DEMENTO』は、優れたゲームの特徴である「気づき」を持った作品だ。画面から伝わってくる情報は少ないが、それぞれに重要な意味を持っていて、正しく読み解くには、思考と試行が不可欠となる。解明できないうちは、いつまでも同じところをうろうろするだけで、ゲームはまったく進まない。しかし、ひとたび乗り越えれば探索領域は拡大し、物語は核心へと進む。親切なゲームが多い現在では、この高いハードルを拒否するプレイヤーも多いかもしれない。しかし、その危険をあえて冒し、解くという醍醐味にこだわった姿勢は評価されてしかるべきだろう。決して、低俗なこびを売るだけの作品ではないのだ。

関連作品

クロックタワー3

ジA・AVG
メカプコン　機PS2
¥7,140円　発02年12月12日

深作欣二監督の事実上の遺作。渾身のムービーは、今なお一見の価値ありだ。『DEMENTO』との相違では、両者のテーマに注目。こちらはあくまでバイオレンスに徹していて、美少女をなぶるエログロさとは程遠い。狂気のベクトルがまったく異なっているのだ。

千年家族

電源を切っても続く悲喜こもごもの人生劇場

千年間家族を見守る観察型ゲーム。制作は『さくらももこのウキウキカーニバル』を手がけたインディーズゼロだ。

text by 卯月 鮎
プレイ時間：50日

ジ家族観察シミュレーション
メ任天堂
機GBA
￥4,800円
発05年3月10日

家族はこうしてつながっていく

最近は、どうしてもDSのソフトに目が奪われがちだが、GBAタイトルにも趣向を凝らしたものが何本か見受けられる。『千年家族』もその一本。ディスプレイの中の家族を観察するという内容は往年のPCゲーム『リトルコンピュータピープル』をほうふつとさせる。が、本作には携帯機にマッチした個性的なシステムが盛り込まれ、そのプレイ感覚は今までになく新鮮だ。

——ある日、天界の〝エライ神様〟に呼ばれた見習い神様のプレイヤー。相棒の天使キュピットとともに、下界に住む家族を見守る使命を与えられる。究極的な目標は、千年間、家系を絶やすことなく〝千年家族〟を作ること……。

プレイヤーは、家族たちにさまざまな効果を持つ矢を使って、間接的に気持ちを操作していく。「がんばれの矢」なら、キャラの熱中度ゲージを上げて、今関心のある事柄、「ご近所づきあいに夢中！」「宿題がムカツク」「若さを取り戻したい」といったイベントを発生させる。逆に、「おちつけの矢」なら、熱中度ゲージを下げ、現在の関心事を回避できる。この2本の使い分けで、イベントの発生を制御する仕組みだ。また、「努力ブームの矢」なら、5年間、勉強や仕事系の真面目な事柄に興味が向きやすくなり、「大望の矢」だと、「ノーベル医学賞を取りたい」といった大きな夢を持ちやすくなる。矢以外にも、「知力の輪」「運の輪」などの消費アイテムを使ってキャラのパラメータを上げることもできる。

ゲームの基本はこうした操作の繰り返し。家のムードや収入に気をつけていれば、あとは勝手に恋人を見つけ、就職・結婚して家系は続いていく。バーのママと不倫したり、大企業のCEOに就任して株価の上下に一喜一憂したり、主婦として子どもを立派に育てたり、人生は人それぞれ、千差万別だ。

空白の時間を経て家系図は伸びる

と、ここまで説明してきたが、実は『千年家族』の本質は、矢で家族を操り、無理して優れた家系を作り出すことではない。本作には時計が内蔵され、電源を切っている間も家族の活動は続く。ここが最大のポイントだ。再度スイッチを入れると、その間に発生したイベントのタイトルが、あたかもメールをダウンロードしたかのように次々と表示される。夜、こちらが寝ている間に、ゲーム内ではあっという間に10年は時が過ぎる。老衰で死ぬ者あれば、いつの間にか子どもを生んで親になる者あり。10年間だけでも、イベントは10

0件以上。「オシャレなカフェになじめない」「アヤしい夜のアルバイト」「孫に何でもプレゼント」「闇手術に大失敗…」「ワクワクの銀河公立小学校入学式♪」……。ズラリと並んだタイトルをスクロールし、面白そうなイベントをチェックする。〝プレイしていない時間、家族に何が起こったか〟、ここを確認する（もしくは楽しみにする）のが本作の醍醐味だ。提案されているのは、1日に2～3回、空いた時間にメールチェックならぬイベントチェックする、携帯ゲーム機ならではのプレイスタイル。実際のプレイは定期メンテナンスのようなもの。あまり放っておくとアクマが出現し、家族に悪い影響を与えるので、それを防ぐ目的もある。といっても、神経質になることはない。少しくらいトラブルや不幸なイベントが発生したほうが、見る側としては楽しかったりする。

家を横から眺める通常画面。プレイするうちに、時代背景が「科学未来」や「宇宙航海」に変化していく

　たとえるなら、アサガオや青虫の観察日記。変わりゆく過程を日々確認する面白さ。ダイレクトに伝わる快感はないが、こちらの無意識の時間を積み重ねてできた膨大な家系図を振り返るときに、喜びがじわっとにじんでくる。

移りゆく世界は ゲーム独自の魅力

　プレイヤーが関与しなくても、勝手にゲームが進むというアイディアは珍しいものではない。一世を風靡したバンダイの「たまごっち」もそうだし、TVゲームではハドソンの『ポケットファミリー』シリーズが非常に似通ったシステムを持つ。ただ、これらはアラームなどでユーザーを呼び出す、どちらかというとゲームが主導権を握る仕掛けだった。一方、『千年家族』は受け身のスタンス。よく娯楽同士が「限られた時間のパイを奪い合う」というが、『千年家族』で意識されているのは、ゲーム以外の何かに取られた時間を有効に使って、次のプレイのモチベーションにつなげるという発想。ほかの娯楽を蹴落としてまでプレイさせる、強烈な訴求力はない。ただし、他の用事が終われば『千年家族』の出番。常に順番待ちをしているかのような存在だ。

　今後はこうした方向性を強く打ち出す作品も増えてくるだろう。スポーツ育成SLGやRPGにも応用できそうだ。現状でもオンラインRPGは、自分がログインしない間に、出品アイテムが落札されたり、仲間がレベルアップしたりと、世界は動いている。「何か状況が変わっているかもしれない」という期待（オンラインRPGは不安も大きいが）は、スイッチを入れる原動力となる。ボタンを押さなければ何も始まらない、というゲームのイメージは、やがて揺らぐだろう。携帯電話やネット世界では、こちらが座すままでも情報は勝手に飛び込んでくる。この状況になじみがあるのが、ひと昔前との大きな違いだ。

　本作は、かさばるDSよりも、やはり簡単に持ち運べるGBASPに向いている。いまだ明確ではない住み分けは、この辺りがヒントになりそうだ（もっと言えば、携帯電話向けでもよかったが）。不満点としては、長く遊ぶために、もう少しイベントや職業を多彩にし、ダブらないような形にしてほしかった。半年、1年と付き合っていくにしては、少し底が浅い。この点もあり完璧なデキとは言えないが、GBAの進化の道筋を見せる、未来を向いた作品であった。

関連作品

ポケットファミリーGB

ジSLG
メハドソン　機GB
¥3,980円　発98年8月9日

大家になって、引っ越してくる家族を世話するゲーム。時計が内蔵され、実時間の1日で1年が経過。システムには共通点が多いが、カートリッジにアラームがついていて、電源がオフでも事件が起きるとプレイヤーを呼び出す機能も。続編やPS版も発売。

バックヤードレスリング2

過激さは見た目だけか？牙を失った凡百の作品に

バイオレンス描写以上に独特のスピード感が売りだった前作。しかし「売れるゲーム」の方程式に乗ることで、その最大の魅力が失われた。

text by 編集部　櫻川

プレイ時間：19時間

アメリカンバカ 再び襲来

続編を作っているという話は聞いたが、まさか本当に日本でリリースされるとは思っていなかった。それくらい前作はいい意味で「ブッ飛んだ」内容であった。過剰なまでのバイオレンスさはもちろん、ガードという概念を否定したハイスピードなゲームシステム、おせじにも魅力があるとは言えない得体の知れぬ謎のレスラーたち……。日本で継続的に展開していくにはちょっとつらいだろうな、と思わせるに十分な、独特のアクを持っていたのが前作『バックヤードレスリング』（以下『BYW』）である。当然『2』でも、そのアクの強さは健在だと思っていた。なぜならそれが本タイトルの魅力そのものなのだから。

しかし、実際に発売された本作は、そのアクがほとんど抜かれた、つまり魅力が大きく減じたものであった。悪い意味での「日本産ゲームらしさ」にまみれてしまったのである。

ゲームとしては快適に しかし『BYW』としては？

そのゲーム内容だが、「身近な生活空間で凶器盛りだくさんの過激なレスリングを展開」という基本コンセプトに変化はない。むしろステージや凶器の種類に関しては豊富になっているし、一部オブジェクトを利用した攻撃が〝インバイロメンタルスロー〟というシステムに一括化されたことにより手軽に出せ、演出も強化されている辺りは好感触である。

基本システムに関しては、何といってもガードの導入が大きい。前作の「異常なまでのダッシュおよび凶器攻撃の高性能ぶり」に歯止めをかける意味もあったのだろう。さらにガードブレイク、打撃技に対してのアタックカウンターなど、日本における格ゲーで標準とされているシステムが数多く実装されている。また、つかまれた状態からの脱出が、前作では一瞬のタイミング勝負だったのに対し、『2』では相手が入力したボタンと同じボタンを押す、いわゆる先読みタイプに変更。初心者に近いレベルのプレイヤーにも優しい仕様となった。「食らったらほぼ死亡確定」の威力を誇った必殺技〝ハードコア・アタック〟も、威力そのものが低めになっているし、絶対確実につかみを回避できる〝メーターエスケープ〟で対応可能となっている。

そして〝ターボメーター〟。本作では通常のダッシュ移動および攻撃はもちろん、前述のガードブレイクやアタックカウンター、メーターエスケープにハードコア・アタック、グラウンドサブミッションなど、ほぼすべての特殊操作

ジアクション
メアイドス
機PS2
¥6,090円（5%税込）
発05年4月7日

を、このメーターを消費することで行うことになる。

以上のように、単純に格闘ゲームとして見た場合の完成度そのものは、前作より格段に向上していると言って差し支えない。エディットモードも比較にならないくらい充実しているし、作成したオリジナルレスラーで成り上がっていく「キャリアモード」も楽しい。

だが結局「それだけ」なのだ。前作に魅了された人間が求めるのは、こんな無難な『BYW』ではない。本誌57号での前作のレビューで関連作品として『パワーストーン』を挙げたが、本作の魅力はまさにそういった〝細かい駆け引きを抜きにしたドタバタハイスパートアクション〟という点にある。「目まぐるしく走り回り、凶器を雨あられとブン投げつつワーキャー叫んで暴れていたらいつの間にか試合が終わっていました」的な、勝ち負けを度外視したそう快感が売りだったはずだ。

しかし『2』は前述のような新システム、主にターボメーターのせいで、ダッシュひとつ取っても戦略的に使わなければならないような、非常にせせこましいゲームになってしまった。メーター残量がなければダッシュもままならない――そんなゲームは『BYW』の続編とは言えないのではないか。

小利口なバカなどお呼びではない

日本では『ストII』以降、それこそ無数の対戦格闘ゲームが登場してきた。そしてその歴史の中で、数々の新システムが提案され、さらに淘汰を経て生き残ったものが現在に至るまで継承されている。その結果、ゲームとしての完成度は限りなく高まることとなったが、反面、「どれをプレイしても結局同じ」だとか「熟成されているがゆえに初心者が参加しづらい」といった問題を生んだ。そしてそれはいまや格ゲーのみならず、国産ゲーム全体にまで波及している。

インバイロメンタルスローの演出は確実に前作を上回るバカぶり。この辺りのノリを追求してほしかった

システムの奇形的進化とそれに伴う新規参入プレイヤーの排斥。昨今洋ゲーが評価されるのは、これらの問題に対する一種のカンフル剤としての面が強いように思える。日本の開発者ではもはや発想することもできないようなアイディアの数々によって、閉塞的な国内業界を打破できるのではないか、という期待である。もちろんそれは開発ノウハウの未熟さや、単なる文化性の違いに起因するものであって、決して狙っていたものではないだろう。それに、そもそもゲームとして破たんしていたのでは仕方がない。前作は日本では絶えて久しかった〝ドタバタアクション〟というジャンルを復活させつつ、その危ういバランスを粗削りながらも軽やかにクリアしてみせていたからこそ、筆者も高く評価したのだ。

格闘対戦としての駆け引きやバランスなどは、凡百の格ゲーに任せておけばいい。『BYW』は『BYW』でしかできないことをやればいいのだ。「ビジネス的なことを考えるとあまりにトンガったことはできない」「目の前に売れる方程式があるのに使わない手はない」というのも理屈だが、そのせいで本来の魅力を失ってしまっては本末転倒だろう。ひと言で言って、『2』はバカを装った小利口という印象しかない。もし『3』があるのなら、そんな感想など有刺鉄線バットでブッ飛ばすくらいの、『1』で見せた過激な〝本気のバカっぷり〟を見せてほしい。それが筆者の切なる願いである。

関連作品

ザ・キング・オブ・ファイターズ2003

ジ格闘アクション
メSNKプレイモア 機PS2
¥7,140円(5%税込) 発04年10月28日

全タイトルを挙げるのが難しいくらいにリリースされまくる人気シリーズ最新作。もはや素人はすっこんでろ級の、熟成に熟成を重ねたそのシステムは、日本ゲーム界の縮図と言えるかも。『BYW』の場合はぜひ反面教師として続編制作の参考にしていただきたい。

ゲームソフト批評

虫姫さま

完全にマニアのものになったSTGがとるべき次の一手とは

サントラや家庭用にフィギュアが付属される本作。STGらしからぬ展開だが、新規ユーザー確保の可能性は無視できない。

text by 藤原修二

プレイ時間：100クレジット

ジ STG
メ ケイブ
機 アーケード
¥ 1プレイ100円
発 稼働中

より困難になったゲームバランス調整

何年も前から絶滅寸前のジャンルと言われ続けながらも、ゲームセンターでは1年に1～2本新作がリリースされ、命脈を保ってきたSTG。定期的に新作を製作するケイブと、そのゲームを遊びつくすマニアがいなければ、もっと前にSTGが消えている可能性すらあったのではないかと思う。

ただ、この流れがやや偏った状況を生み出してしまった。長く遊ばれるゲームの多くが、難易度が高いと言われるゲームに集中するようになったのだ。難しいのだからクリアするのに時間がかかるのは当然なのだが、要するにSTGユーザーの中心層が難しいものでもついていけるマニアである、ということ。簡単なゲームはすぐに遊びきってしまい、また昔のSTGに戻ってしまうユーザーもいたりする。しかも簡単だからといって、STG慣れしていないユーザーが楽しめる難易度というわけでもない。特にケイブの弾幕系ゲームは、画面を覆い尽くさんばかりの敵弾が特徴。いくら当たり判定が小さく実際にはやられにくいといっても、見た目から受ける印象は厳しい。かといって大幅に難易度を下げてしまうと、これまでのユーザーを失う可能性もある。そうなればSTG市場にとって致命傷だ。かくてSTGの難易度調整は、より難しい状況となっている。

特徴を切り捨ててでも遊びやすさを重視

昨年、アーケードで稼働開始した『虫姫さま』は、この状況を考慮したのか、オリジナル・マニアック・ウルトラの3種類のモード（難易度）が用意されていた。家庭用ではよくあるが、アーケードでは珍しいシステムだ。

〝オリジナル〟はかなり敵弾が抑え目になっている易しい初級者向けのモード。〝マニアック〟はいかにもケイブらしい弾幕バリバリの上級者向けモード。そして〝ウルトラ〟は当初隠しモードだったのも納得の、イカレた弾幕と攻撃が待っている超上級者向けのモードとなっている。

そして、この設定が実にうまくできている。それは、ただ弾数を減らしたり敵を弱くするだけでなく、オリジナルモードにおいてある要素を省略している点だ。

敵を効率良く倒すことによってより高いスコアが狙える、というのはケイブSTGにおいては定番のシステム。『虫姫さま』においても敵に連続ヒットさせることで得られる得点が上昇していくのだが、これがオリジナルモードでは省略されているのだ。結果、得点効率を意識することなくプレイすることになる。

初級者にとって得点効率はあまり重視しない要素で、少しでも先に進みたいという気持ちのほうが強いと思う。ところが、プレイし

ている時に得点を意識させる仕掛けがあると、つい、高得点を狙うための動きを考えてしまう。画面から「こっちのほうがゲームを楽しむためには正解ですよ・面白いですよ」という印象を受けるためだ。その流れに乗っていける人ならば問題ないが、乗れない場合は、ゲームから「あなたのプレイスタイルはお断り」的な印象を受けてしまい、うまくなろうという気持ちがなえてしまう。ステージ自体は簡単でも、プレイヤーの意識を縛る仕掛けがあると人を選んでしまうのだ。

得点効率はケイブSTGの目玉だが、それを外すことにより、プレイヤーはシンプルに避けて倒すことに集中できる。思い切った決断だが、敷居は間違いなく下がっている。

また、上級者向けのバランス調整も絶妙だと感じた。本作は1周エンドだが、ケイブSTGは2周エンドで、その2周目は極端に難易度が上がることが多い。マニアックモードはおそらく、その2周目と同レベルの難易度だろう。マニアの中には、いきなりこの難易度でプレイできてしまうことに物足りなさを感じる人もいる。だが、筆者のようにこれまでのケイブSTGでは1周がやっとだった人にとっては、すぐに2周目の難易度を体験できるのはありがたい設定。ベストの選択だとは思わないが、初心者だけでなく中級者レベルのユーザーにとっても敷居が低くなっている点は評価したい。

敷居が低いからこそ告知展開に工夫を

4月にサントラが発売され、7月にはPS2版が予定される本作。それ自体は喜ばしい話だが、少し気になる点もある。サントラとPS2版、それぞれ初回特典としてプレイヤーキャラである「レコ」のフィギュアがついてくることだ。

フィギュアは近年、オタク層（主にギャルゲー系）において地位を高めつつあるジャンル。クオリティの高い作品が安価で手に入りやすくなってきたためだが、フィギュア付きという時点で特定層を狙っている意図が読み取れる。ポスターなどを見ればわかるとおり、レコはいかにもギャルゲーユーザー受けしそうなデザインだ。

また先日、『虫姫さま』の設定・キャラクターを使用したパズルゲームのロケテストも行われた。ゲームシステムは、以前、ケイブが制作した『魚ポコ』そのものでタイトルは『虫ポコさま』（苦笑）。プレイ時には難易度の代わりにレコの音声ボリュームが選択可能。『男ならボリューム大で勝負』などのあおり文句があるとおり、いかにもギャルゲーテイストなボイスが響き渡るゲームとなっている。また、プレイ画面の横ではレコが胸を揺らしながら喜んでいる映像が流れている。

ギャルゲー的なものでSTGを汚すな、などと言うつもりはない。むしろ、一つの方向性として十分アリだとも思う。

数年前、アルファシステムより『式神の城』というSTGが発売された。キャラクターデザインが『ガンパレードマーチ』と同じだったこともあり、ゲームセンターでは既存のSTGユーザーとはまた違った層がプレイしていた。彼らのすべてが以後もSTGをやっているとは思わないが、それでも何割かは他STGにも触れているハズ。それと同じことを、こういった仕掛けに期待してもよいのではないか。

マイナージャンルとしての歴史を積み重ねてきたSTG。厳しい中で作り上げてきたクオリティは相当なレベルだが、どこか内側だけを見ているような印象が強い。

だからこそ、多少の失敗は覚悟してでも、外に向けてアピールする方法を模索してほしいと思う。これまで築き上げてきたノウハウ、そしてゲーム内容そのものに対する信頼は、そう簡単に崩れはしないのだから。

関連作品

怒首領蜂　大往生

STG
ケイブ　アーケード
1プレイ100円　稼働中

段階的に上昇する難易度、バリエーション豊富な弾幕、そして極悪すぎる2周目でケイブSTGの頂点とも言える1本。PS2版はその"濃さ"を完全移植したうえに全国トップクラスのプレイを収録したDVDを付属。マニアは狂気したが、引いてしまうユーザーも少なからずいた。

絵で見るゲームソフト批評

エッグモンスターHERO

ファミコンで発売された1作目から、全編ギャグ満載のシリーズ最新作。個性的なエッグモンスターは健在だ。

text by 脳みそホエホエ
プレイ時間:13時間

ジ 禁断のたまご召喚RPG
メ スクウェア・エニックス　機 DS
¥ 5,040円(5%税込)　発 05年3月24日

絵で見るゲームソフト批評記念すべきラスト(苦笑)を飾るのはスクウェア・エニックスから発売のNDS用RPG「エッグモンスターHERO」です

舞台劇風なつくりで、上画面のメインと下画面の客席にわかれており、メインストーリー中に客(倒したボス(笑))から、つっこみの会話がイイ感じ!!

だれかつっこめよー

今作は同社から出ている半熟英雄シリーズの外伝にあたりジャンルもSLGから一新のRPGとなっています!!

そして このゲームNDS用ソフトということでタッチペンを使った変わった操作方法がやっぱりありました。

100対100の集団戦闘がペンを使った押し相撲になっているんです!! これがシンプルなんだけど結構熱い!!

うおおお

脳ホエは携帯ゲームは外でしかやらないのですがこの操作を立ちながらはキツイ…

しかしこの戦闘には問題がありました……
全編通して基本はエッグモンスターを使った戦いでじゅうぶん事足りてしまううえにこの戦闘に勝ってもレベルが上がるわけでもないのでほとんど使いません(苦笑)

基本的にゲーム自体はカギを見つけてダンジョンの先に進みその面のボスを倒すというシンプルな繰り返し

エッグモンスターは変な姿のものが多い。が、その攻撃方法もとても変わっていて面白いです(笑)

それでも最後まで脳ホエが楽しめたのはこの作品の場合ゲーム性よりも作品の世界観(キャラやモンスター・会話など)が独特の面白さを醸し出していたからだと思います。

ただ、その独特の個性ゆえに人を選ぶ作品だと思います。このノリが合わない人には全然楽しくないかもしれません。

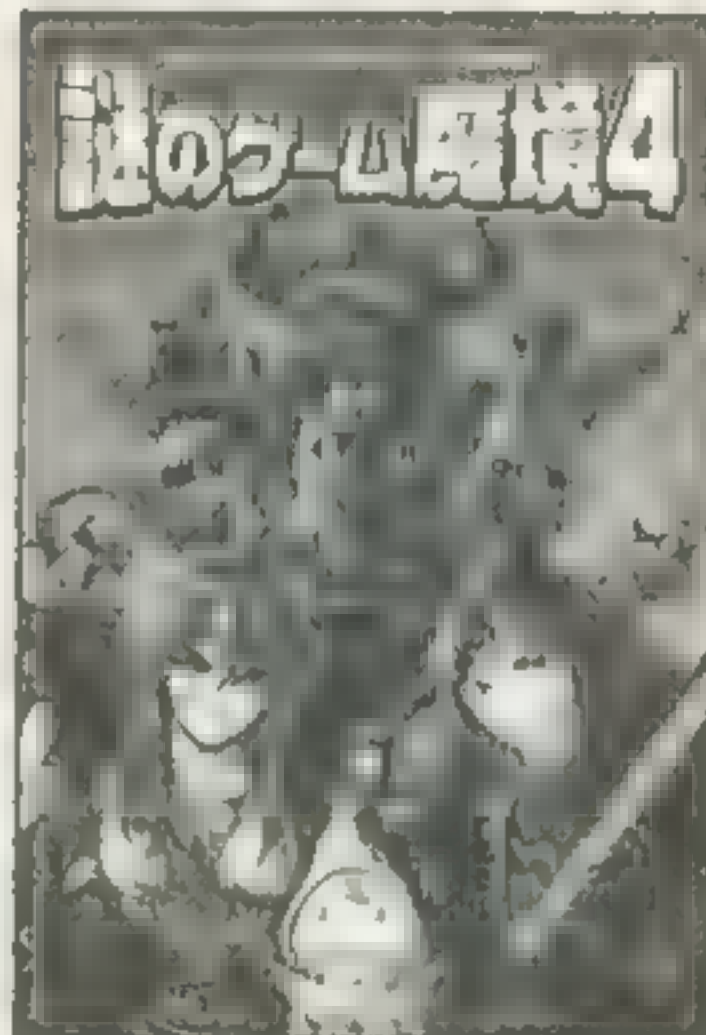
いい意味でおバカな作品でした(笑)

好評★既刊本　絶賛発売中!!

マイクロマガジン社の本

悪趣味ゲーム紀行3

B6判／162P　がっぷ獅子丸:著
ISBN4-89637-191-7

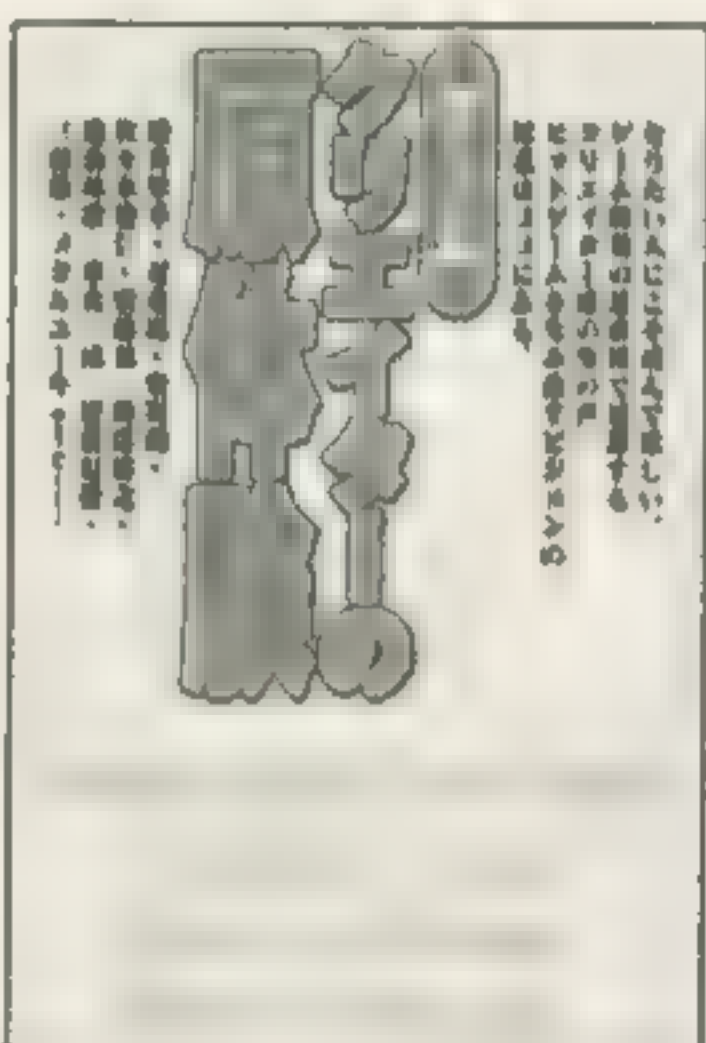
「2」の発売から丸3年。数々の悪趣味ゲームをがっぷ獅子丸先生が一刀両断。後半は編集部との特別座談会というお得な1冊。普通のゲームに飽きたアナタに。

謎のゲーム魔境4

四六判／242P　ゾルゲ市蔵:著
ISBN4-89637-174-7

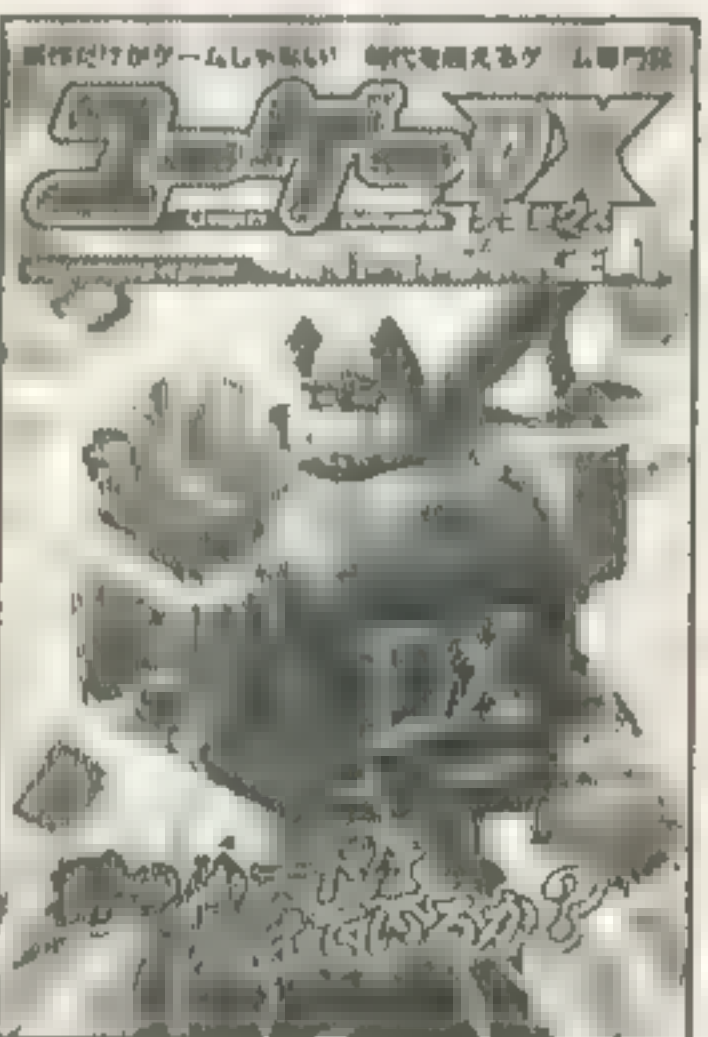
あの伝説のゲームメーカーDECO(データイースト)を一大フィーチャー。巻末のビック東海編では、幻のDC版『バトルマニア』の企画書を収録。保存版です。
※「1」は完売しました。

ゲーム業界奇譚

四六判／176P　ユーゲー編集部:著
ISBN4-89637-177-1

ゲーム開発中に起こる奇怪現象。「零」や「流行り神」といった実在タイトルから「がっぷ獅子丸が語る章」まで、業界に語り継がれる怖い話を集めた渾身の1冊。

ゲームクリエイターの原体験

B6判／148P　ゲーム批評編集部:編
ISBN4-89637-065-1

ゲーム開発に関わる秘話から、普段語られない幼少時の思い出まで、素顔のクリエイターに迫る!
(横井軍平、薗部博之、米光一成、メタルユーキ、瓦重郎…ほか)

ユーゲーDX STAGE1

A5判／562P　ユーゲー編集部:著
ISBN4-89637-173-9

完売で手に入らない号を含む「ユーゲー」のNo.01〜04を1冊にまとめた豪華版。刊行時のカラーページはそのまま再現、さらに書き下ろしも加えたお得な1冊です。

ユーゲーDX STAGE2

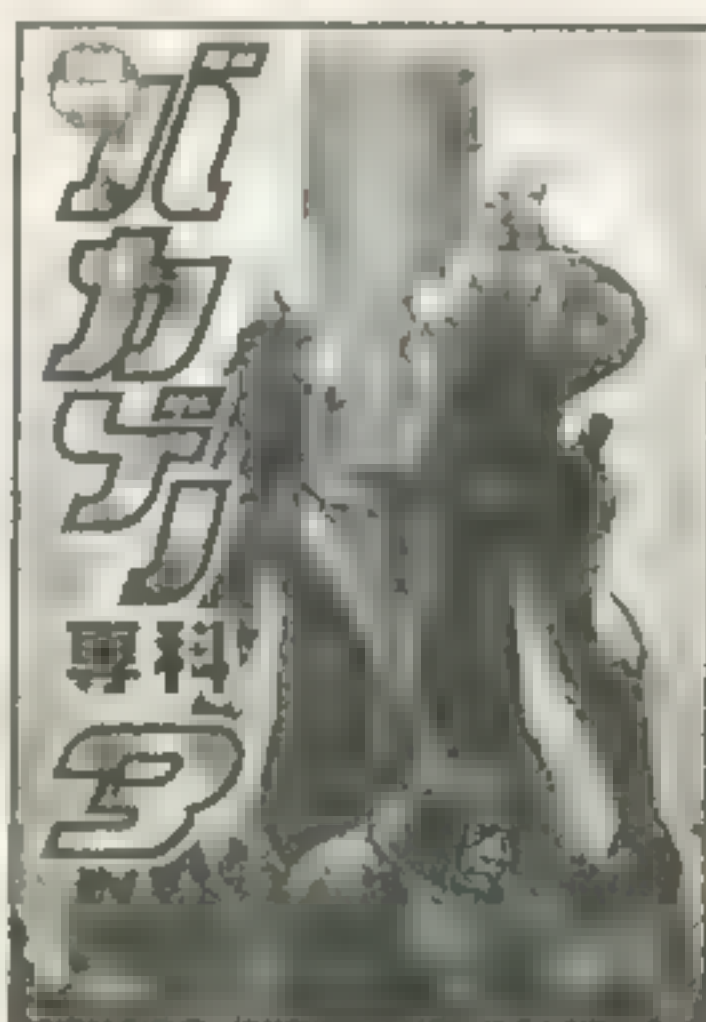
A5判／548P　ユーゲー編集部:著
ISBN4-89637-203-4

03年に行われた「ユーゲー夏祭り」での限定本を一部収録したお得な一冊。「ユーゲー」5号から8号までをカラーページも完全再録!

キルタイムコミュニケーションの本

懐ゲーキャラ名鑑

A5判／160P　天辰むつ季:著
ISBN4-86032-077-8

「ユーズド・ゲームズ」時代からの人気連載「懐ゲーキャラ名鑑」が1冊の本に!　描き下ろしはもちろん、ゲーム紹介まで加わり、読みごたえたっぷりな内容。

美食倶楽部バカゲー専科3

四六判／192P　ユーゲー編集部:著
ISBN4-86032-036-0

現在も続く「ユーゲー」の好評連載「バカゲー専科」の単行本第3弾。長編書き下ろしに加え、元編集部員奥山がいばらの道を歩んだ「疾走!魔法大作戦」も収録。
※「1」は完売しました。

現在弊社では、上記書籍の直接販売を休止させていただいております。ご注文の際はお近くの書店にて「タイトル」「册数」「住所・氏名・電話番号」をお申し付けください。お届けまでの日数は、書店によって異なります。注文時にご確認ください。

ゲームショップで 語れ場

語り手：メッセサンオー本店店長　金寿彦

テーマ14 期待はずれなゲーム

――『メテオス』がいい例かなと思いましたが……体験版をプレイした方の前評判は、かなりのものでしたよね。

金：売れるはずだって思い込みすぎたかなあ。実際、パズルゲームの宿命なのかもしれないけど、『テトリス』とか『ぷよぷよ』と勝手に比較されて決められちゃうのが、かわいそうですよね。**特に桜井さんのような有名クリエイターが作ると、最初から高い位置で期待される**から、そういう期待の部分が強すぎたのかなあ。あれに関しては時期もプラットフォームも悪くないと思ってたから、結局は期待が高すぎたということなのかもしれない。あの数字は、コアユーザーを含むゲーム業界の関係者と、一般ユーザーと、どちらかしか買ってないような数字なんですよね。たぶん、ゲーム関係者が買ってる割に、一般ユーザーが買ってないんじゃないかなあって感じがする。

――期待といえば『ガンダム』ものはハズレないという期待もありましたよね。

金：『ガンダム一年戦争』も、結果を見ると発売週で10万売れてるんですよ。出荷された数が40万とか50万とかいうすごい数だったからダブついてるように見えるけれど、10万本というのは結構な売れ方なんです。でも、ダブついてるのも事実だからショックでねえ。たくさん出荷されたということは、世の中のお店が期待して発注したわけですよ。でも店からすると、その期待を裏切られちゃった。メーカーと店とユーザーが、それぞれ**同じ価値観で過度の期待をしてた。**過度ってのが怖いところですね。

――『メテオス』に関しては、かなりネットでの評判が先行してたという印象があります。本来口コミとしての役割を担うネットですが、あまりにも評判が先行してしまうと逆にマイナスイメージになることもありますね。

金：ネットで情報を見て、ふむふむって思って別の掲示板に書いて、それを見た人が通販でモノを買ったり。今はとにかく**情報なり物なりが密室から密室へ流れてる感じがする。**どんな人が何を言っているのか、顔が見えないよね。知らずに売れてたとか、情報が出てたとかいう部分がすごい怖いなあって。

たとえばＸＢＯＸＬＩＶＥとかで「メッセサンオーであれが売ってたぜ」とか書かれると、次の日にがが一っとお客さまが来て売れちゃったりする。どうして売れたのかがわからないけど、売れるには何か理由があるはずで、でも、その理由が探せない。売れる分にはいいとしても、悪い話でいうと不買運動みたいのが出てくる可能性もあるじゃないですか。**見えない情報っていうのがすごく怖いなと近頃感じてますね。**

――昔は売れる理由がわかりやすかったですよ

――春先から、前評判のよかったソフトがふたを開けてみたら売れなかった、という状況が散見されますが、いかがでしょうか。

金店長（以下、**金**）：売れなきゃいけないゲームが売れてないね。そもそもゲームだけに言える話じゃないけど、売れないっていうのは、欲しくないから売れないという点につきるわけ。内容とか値段とか時期とか他のタイトルとかかぶったとかは関係なくて、**ただそのソフトが欲しくないだけ。**

となると、欲しいという気持を発売日まで持続させることを考えないといけないよね。ゲームショウや公式サイトなんかの発表から3ヵ月も4ヵ月もかかると、気持の持続ってモノが切れちゃったりする。いくら発表時に興奮してても、発売日の頃には切れたり、違うモノに興味が向いちゃったりして、そっちに取られちゃう。そこを積極的にやっていかないといけないと思うね。

ね。TVや雑誌に出て、こちらから情報を集めようと動かなくても、はやるものというのは勝手に飛び込んできたんですが、今はどこで噂話が進行しているのか、こちらから探さないとたどり着けないです。

金：噂話に花が咲いてもいいけど、**結果を確認してほしいよね。**買ってもいない人間が、買うのやめようぜとか、面白くないみたいだぜ、とか言うけれども、もしかしたら自分にはヒットするかもしれないじゃない。いつからなんだろうなあ、こんな密室みたいなところで進行していっちゃうようになったのって……ちょっと前までは比較的、ねえ。

イラスト：しろ

今は否定することがステータスと思ってる。「そうだよなあ」と思ったら負けで、「違うよ」って言うのがステータスになってるよね。

——国民総批評家状態ですよね。ゲームをやるより、ゲームについて語る方が楽しくなっちゃってるのかも……。

——今回はもうひとつ、最近のキャラゲーについても伺いたいと思います。原作つきのゲームが、普通に面白くなってきていると思うのですが、このジャンルもファンの期待は高いですよね。

金：キャラゲーに関してはすごく難しいね。情報収集しててもおっかなびっくり売ってる感じです。ギャンブルっぽく派手に見えるけどそうじゃないですよ。

結局、期待してるとおりのキャラゲーだったら売れるけど、そうじゃないとアウトだと思うんだよね。たとえば『**いちご100%**』。あれは原作の題材として、女性の下着が見えるようなのがあるわけじゃないですか。ユーザーはそこが気になるわけですよ。だから、メーカーのサポートに「パンチラが出ないんですけど」とか「パンチラ何ヵ所出るんですか」なんてセクハラめいた質問をしちゃうわけです。それなのに、ゲームにはまったく入ってない。ここで見えるのかな？　というところで顔を赤らめたりするだけで終わっちゃってる。当然「なーんだ」ってなりますよ。レーティングの範囲内ならOKなんだから、**みんなが想定してる要素についてはきちんと入れてほしいですよね。**

——似たような原作ですが『ネギま！』は売れましたよね。

金：これはもう売れましたよ。同じような原作ありきで、女性の下着とかが出てくるのを基本路線としてるようなもので、片方は評価を受けて、片方は微妙って言われるのはそういうのがあるわけです。ユーザーにしてみれば、『いちご100%』のゲームが欲しくても、他のメーカーだったらパンツが見えたかもしれないのにって思っちゃうわけでしょう。もう少し原作の魅力を理解したもの作りをしていかないと売れない。たとえば、「テニプリ」でテニスをしてないのは、理解されてるからいいと思うんですよ。でも**「ドカベン」で野球してないのはダメじゃないですか。**やっぱり最低限クリアしなきゃいけないようなラインをクリアしてないキャラゲーはNGだよね。

原作の再現度が重視されると思うのがひとつ。あと原作の何が受けているのかをきちんと考えるのがひとつ。そこはやっぱ売れる要素のひとつとして考えてほしいと思う。

（4月某日　都内にて）

いやあ…フィオナ萌え萌えですわ…
デメントな
モエモエ…

モエモエッテナンダ?・
可愛らしさやエロスがツボに入る事

ツボニヘエッテナニスンダ?・
まあ、個人個人色々ツボはあろうが

GAME BEAUTY MUSE EXPANSION
TomoharuSaito

ショートヘアってのが自分的に弱点
ショートヘア…

おびえ顔ってか困り顔もツボ
コマッテテ

キレイな足がミニスカから見えて
ミニスカデ…

オロオロする姿がまた…
オロオロ
コンナカ?・コンナノガモエカ?・

あと とても ボイン

好きな俳優で映画をチョイスするようにフィオナの演る作品見たいなと

そういやローラそいたな
ケンジゲンキカナ

あとオレは犬好きなんで犬ゲーとしてもオススメっ
イヌハオッカネエヨ…

従順な犬って萌え度高し
クーン
イヌハクセエヨ…

犬飼いたい…
オロオロ
コンナニカワイイオレガイルダロ

ところで笑いながら怒るキャラって出てこねえの?
竹中直人

DEMENTO
ジゴシックサイコホラー
メカプコン 機PS2
¥6,990円(5%税込) 発05年04月21日

裁判にまで発展してしまった「ファイアーエムブレム」と「ティアリングサーガ」という2つのタイトル。運命か必然か、その2つのタイトルの新作が、一ヵ月の間に立て続けにリリースされることとなった。なぜ裁判が起こったのか？　そして、裁判はソフトの内容にどのような影響を与えたのだろうか？　今号、次号の2号に渡り、2作品を複数のレビュアーにより徹底比較「ファイアーエムブレム」と「ティアリングサーガ」SRPGの王道は、どのような進化を遂げているのだろうか!?

新作徹底比較!!

これまでの流れ

時期	出来事
1990年4月	『ファイアーエムブレム暗黒竜と光の剣』発売
1992年3月	『ファイアーエムブレム外伝』発売
1994年1月	『ファイアーエムブレム紋章の謎』発売
1996年5月	『ファイアーエムブレム聖戦の系譜』発売
1996〜97年	加賀氏が次回作がニンテンドウ64であると匂わせる発言を繰り返す
1998年	『ファイアーエムブレム』の次回作が64DDと発表
1999年6月	『ファイアーエムブレム64』が64DDからニンテンドウ64に変更
1999年9月	『ファイアーエムブレムトラキア776』発売
1999年7月	加賀氏がインテリジェントシステムズを退社し、ティルナノーグを立ち上げる
2000年1月	ファミ通に加賀氏がインタビューで登場。『エムブレムサーガ』（後の『ティアリングサーガ』）の構想を語る
2000年	任天堂が、ebに不正防止法・著作権法違反と警告
2000年9月	『ファイアーエムブレム64』の発売中止
2001年4月	『エムブレムサーガ』のタイトルが『ティアリングサーガ』に変更
2001年7月	任天堂とインテリジェントシステムズが、ebとティルナノーグ加賀氏を不正競争防止法・著作権法違反で提訴
2001年9月	東京地裁で第一回審理
2001年10月	東京地裁で第二回審理
2001年12月	東京地裁で第三回審理
2002年1月	東京地裁で第四回審理
2002年3月	『ファイアーエムブレム封印の剣』発売
2002年4月	東京地裁で第五回審理
2002年6月	東京地裁で第六回審理
2002年7月	東京地裁で第七回審理
2002年11月	東京地裁判決。任天堂側の請求を棄却
2002年11月	任天堂が東京高裁に控訴
2002年11月	GC版『ファイアーエムブレム蒼炎の軌跡』の開発が始まる
2003年2月	控訴審第一回審理
2003年4月	『ファイアーエムブレム烈火の剣』発売
2003年5月	控訴審第二回審理
2003年8月	控訴審第三回審理
2003年11月	控訴審第四回審理
2003年12月	控訴審第五回審理
2004年1月	控訴審第六回審理
2004年3月	控訴審第七回審理
2004年5月	控訴審第八回審理
2004年6月	控訴審第九回審理。加賀氏の尋問が行われる
2004年7月	控訴審第十回審理
2004年10月	『ファイアーエムブレム聖魔の光石』発売
2004年11月	控訴審判決。一審判決が一部変更され、ebに損害賠償が命じられる
2004年12月	任天堂が控訴審判決の一部を不服とし上告。
2005年1月	『ティアリングサーガシリーズ　ベルウィックサーガ』の発売が決定
2005年4月	最高裁判所が任天堂の上告を棄却。二審判決が決定となる
2005年4月	『ファイアーエムブレム蒼炎の軌跡』発売
2005年5月	『ティアリングサーガシリーズ　ベルウィックサーガ』の発売予定

双方の主張と裁判所の判断

	任天堂の見解	ebの見解	判決文による裁判所の判断
不正競争防止法	シリーズ作品として確固たる地位を築いている『ファイアーエムブレム』に対して、「エムブレムサーガ」という名称で誤認させる目的でキャンペーンを行った。	「ファイアーエムブレム」は、「FF」や「ドラクエ」のようなタイトルに比べると認知度は低く、「エムブレムサーガ」という呼称でのキャンペーンは「ファイアーエムブレム」の知名度を利用したものではない。	「ファイアーエムブレム」との表示は、需要者（ゲームユーザー）の間で周知または著名である。ebに7646万7720円の損害賠償を命じる。
著作権法	戦闘やゲームバランス、ゲーム展開などのゲーム性や世界設定おいて、『ティアリングサーガ』は「ファイアーエムブレム」と酷似していため、その著作権を侵害している。	「ティアリングサーガ」のゲーム性や世界観は、既存のゲームソフトにありふれたものである。また、ストーリー展開はまったく異なるので、著作権侵害には当たらない。	ゲーム性や世界観に関しては、周知のゲームソフトにも通じるものがあり、表現上の創作性は認められない。全面的に任天堂の請求を棄却する。

エムブレム vs ティアサガ どう思う?　「ティアリングサーガ」の発売延期が残念。4月28日で真っ向勝負してほしかった。（福岡県　アンチホークス）

なぜ裁判が起こったのか？

コンピュータゲームというジャンルにおいて、内容が類似したソフトがいくつか存在していることは事実である。『ドラゴンフォース』と『スペクトラルフォース』、『マリオカート』と『ソニックドリフト』、『ポケットモンスター』と『ドラクエモンスターズ』などは、システムがよく似ている。そして、『タクティクスオウガ』と『ファイナルファンタジータクティクス』までをも、ゲーム業界は許容していたのだ。しかし、01年7月にその暗黙の防波堤は崩れ去る。任天堂が『ファイアーエムブレム』（以下『FE』）とゲーム内容が混同し不当競争防止法に反するとして『ティアリングサーガ』（以下『TS』）の発売元であるebと開発元であるティルナノーグ2社を競争防止法違反と著作権法違反で東京地方裁判所に提訴したのだ。これにより、『TS』がゲーム内容の酷似が元で裁判となった初めてのソフトになったのである。確かに、『FE』と『TS』は、システム・世界観・キャラクターそのどれもが似ているソフトであった。だが、前例の多いゲーム業界で、なぜ『TS』だけが裁判にまで発展することになったのだろうか。

この『TS』事件をナイーブなものとしている要因は、『TS』の開発元であるティルナノーグ社長加賀昭三という人物の存在がある。加賀氏は、『FE』の開発元であるインテリジェントシステムズ（以下IS）で『FE』シリーズの企画とディレクションを行っていた、いわば生みの親である。そして、その生みの親が会社を変え、開発したのが『TS』だ。事を単純にするのならば、任天堂の看板タイトルである『FE』を、加賀氏が『TS』としてPSに持ち出したとすればわかりやすいだろうか。

さらに、『TS』の発売元であるebの広告展開にも大きな問題があった。2000年1月21日号の「ファミ通」誌に加賀氏のインタビューを掲載している。その内容では、「この新作は『FE』の世界観を継承したオリジナル作品」といった言葉で『TS』と『FE』があたかも関連作品であるかのように表現し、見出しには「あのシリーズの最新作」とまで銘打っている。さらに、『TS』は当初『エムブレムサーガ』（以下『ES』）という『FE』を想像させえるタイトルで開発され、予約キャンペーンまでもが行われた。これらの、行為に任天堂が警告を行っていたことを大手新聞社が報じ、その警告を免れるためか、『ES』から『TS』へとタイトルの変更が余儀なくされている。疑問が疑問を呼ぶ展開で、事はソフトの発売、裁判へと突き進んでいく。加賀氏の動向、ebの企業としての対応の甘さ、そのどちらにも大義名分の存在しない、理解できないこと以外の何ものでもなかったのである。

事件の中心に座る加賀昭三という人物

謎はひとつひとつ解き明かしていかなければならない。まずは、加賀氏の動きである。加賀氏は、

エムブレムvsティアサガどう思う？
おたがいにシェア食いあってどーすんだろう。もっとうまく外交してほしい。（岡山県　うどん）

99年にISを退社し新会社ティルナノーグを設立。そして、『TS』の開発を開始している。99年といえば、『FE64』の開発が行われていたであろう時である。そのようなときに、なぜ加賀氏はISを退社しなければならないのだろうか。あらゆる方面から取材を進めていくうちに、退社の要因となるいくつかの可能性を発見することができた。

まず押さえておかなければならない点は、当時ISと加賀氏の間に緊張関係はなく、社内対立によるものではないということ。これは複数の関係者がそう語っている。では、社内対立以外の要因は何なのか？　ひとつは、64の記憶媒体としてのROMに対する絶望感だ。ソフトを開発するにあたって、ROMでは容量が足りず、削らざるをえない要素が多くなってしまっていたのかもしれない。そうすると、CD—ROMでの開発に魅力を感じていてもおかしくはない。ふたつめは、64というハードの特別性だ。当時の64は、PSとSSに大きく引き離された3番目のハードであった。当然ユーザーの数もそれほど多くはない。さらに、当初『FE64』は64DDでの開発でスタートしている。64DDはその特殊な流通事情により、64以上に敷居の高いハードだ。そのような間口の狭さに、クリエイターとして作品を提供する意義を見いだせなくなったのではないだろうか。『FE』といえば、任天堂の王道ソフトではあるが、ニンテンドウパワーでの『トラキア776』やサテラビューでの『BSFE』など、実験的な試み、悪く言えば〝肩慣らし〟役な側面も持っていた。『FE』に誇りを持っていればこそ、このような役回りを不快に思っていたとも考えられる。また、加賀氏は『FE』以外のタイトルを作りたかったのではないのかという意見もあった。さらに、任天堂関係者たちの64DDに対する意識の低さを、ゲーム誌インタビューから感じたという開発者もいた。こういった、ハード面の不満と、クリエイターとしての向上心が重なったことで、加賀氏の心は、新会社設立の方向へと向かったのではないだろうか。作家性の追求という視点であれば、加賀氏の動向はある程度説明できるだろう。

ebの問題は、割とわかりやすいと思われる。要は、「ファミ通」に対する過信である。ゲーム業界で最も影響の強い媒体である「ファミ通」に対して、任天堂が折れるであろうという読み違いだ。もちろん「ファミ通」が業界に与える影響は大きく、「ファミ通」に紹介してもらうことを最優先としているメーカーも多い。しかし、任天堂は「ファミ通」を軽視できる数少ないメーカーの一社であった。任天堂の広告展開の主は、すでに少年誌に移っており、「ファミ通」には頼っていない。そのような状況から、任天堂はebを訴えることが可能だったのである。そして、現に裁判の進行中には「ファミ通」内に任天堂の広告が掲載されることは希有であった。もうひとつの見解として、ebが任天堂との圧力で、思い通りのゲームが作れない加賀氏を救ったのではないかという希望的観測があるが、これは、その後のebの動きを見ていけば、可能性はほぼ0に近いと言わざるをえない。

「エムブレムサーガ」の名前では、体験版の配布だけでなくＴＶＣＭまで放映された。この当時「ここまで堂々とやるということは、任天堂と話がついているのだろう」とファンの多くは思ったようだ。

体験版では、キャラクター紹介やゲームのプレストーリーが紹介された。問題とされた主人公の髪の色は、この時点では青いままであった。

下された判決とは？

疑問を解くのは裁判である。

エムブレム vs ティアサガ どう思う？　加賀氏には他者で作ったゲームを焼き直しするようなことはせずに、オリジナルのものを作ってほしい。（三重県　HN）

審が始まったのが01年9月13日。それから02年11月14日に一審の判決が出されるまでに8回の審理が行われている。審理内容は、劇的なものではなく、お互いの資料提出や次回のスケジュールの確認等が淡々と進むものだ。弁護士同士のやりとりはあまりなく、02年5月30日の第6回審理にて、弊誌vol.44号（※）が証拠として提出されていることぐらい。

加賀氏の意向と『TS』の現実

ファミ通インタビュー時	『TS』での現実
最大8人のユニットによる軍団性と主人公の選択	キャラクターは二手の軍団に分かれるだけで、主人公の選択性はない
ククォータービューの採用による、ユニットの方向性の導入	まったく導入されず、『FE』のままのシステムが採用されている
新しいパラメーターとしてのスタミナ	導入されていない。
“エムブレム”による収入とその所持金を利用してユニットにコストが支払われる	導入されていない。
ユニットの個性として、成長の詳細化。パラメーターが人間関係に影響する	導入されていない。
キャラクターの成長率による個性付け	ある程度は導入。

そんな中で注目すべき点は、審理内容ではなく、一審の判決だ。争点は、シリーズを通して200万本以上の販売実績のある『FE』と誤認させるような販売戦略を『TS』が行ったという不正競争防止法と、システムやシナリオなどのゲーム性を模倣したという著作権法違反。この争点を一審の判決は、任天堂の請求のどちらも棄却している。この判決文を読んでいくと実に残念な気持ちになる。システムやシナリオ、キャラクターなどそのどれもを、「ゲームソフトにおいて普通に見られるごくありふれたものであって表現上の創作性がない部分」という見解がほとんどであったからだ。ゲームをよく知っているユーザーであればあるほど、判決自体の賛否ではなく、その経緯に問題を感じた結果であった。もちろん任天堂はすぐに東京高裁へと控訴。03年2月27日に控訴審が始まる。控訴審は一審以上に、ゲーム内容により深く入り込んだやりとりが交わされ、時にはビデオモニタによる検証や加賀氏への尋問も行われている。

また、この控訴審において、eb側は自らの優位性を説くがためにあまりにも極端な論法を展開している。一例としては、「ゲームの販売本数は多く、タイトルとして周知されることは難かしい」といったような極論にまで発展している。裁判としては当たり前の光景ではあったが、ゲーム業界を盛り上げているであろう「ファミ通」を発刊しているebとしての弁であると考えれば、受け入れがたい発言である。そして、二審判決が下される。この判決で、一審判決の一部が変更され、不正競争防止法違反が認定。eb側に約7646万円の損害賠償が命じられている。だが、著作権法違反は一審同様に棄却。任天堂はこれを不服として最高裁判所に上告するも、それが不受理となり、二審判決が確定となった。

タイトルを混同するような広告展開は、不正競争防止法違反として認定され、開発者が会社を変えてタイトルを持ち出すことは著作権法違反とならなかったのが、この判決である。任天堂とebという直接関連のある会社だけでなく、ゲーム業界は、この判決をどのように受け止める必要があるだろう。

問われる『TS』の存在価値

最高裁判所の判決によって、『TS』というゲームソフトは、法的に問題がないことは立証された。これによって、開発デベロッパーが、依頼元の大手メーカーの待遇に問題があると考えれば、タイトルを他メーカーに持ち込むことが認証されたとも言える。普通に考えれば、ゲーム開発に与えるインパクトは相当なもので、デベロッパーの開発待遇は改善されてしかるべきものだろう。しかし、『TS』は、開発現場にまったく影響を与えていないのが現状だ。クリエイターの権利が増したわけでもなく、似たようなタイトルを作ると、プラットフォームホルダーが圧力をかけてくるという前例を作っただけとも取れる。唯一の変化として、権利関係を先に明確にしてしまうという、当たり前の行為が普通に行われるようになったことだ。デ

※特集「エンターブレインが犯した道義的大罪とは？」

ベロッパーの名前がC表記されることも多くなった。『TS』が業界に示した存在価値はその程度のものだ。

そして、ここまであえて触れていなかった大問題にも触れていこう。

なぜ、『TS』が『FE』と酷似してしまったのか？

という部分だ。本末転倒な疑問ではあるが、この問題は大きい。加賀氏が、CD－ROMの大容量を希望していたのであれば、そして、『FE』以外のシステムを模索していたのであれば、『TS』は『FE』にならなかったはずである。

「ファミ通」インタビュー時点までさかのぼれば、『TS』が『FE』とはまったく違うシステムを目指していたのがよくわかる。プレイヤーが主人公を選べる、複数の軍団を用意した役割分担。クォータービューを採用することによりユニットに方向性を持たせるなどのシステムを加賀氏は思い描いていたようである。にもかかわらず、『TS』は『FE』と酷似してしまった。ここには、任天堂の警告の影響はまったくないだろう。逆に、システムが違っているほうが、加賀氏にとっても都合が良かったはずだ。加賀氏がどういう判断で、『TS』のシステムを『FE』に近づけたかはわからないが、『TS』が『FE』の姉妹作として認知され、30万本を越える販売実数を得たという事実は残っている。加賀氏の意向はともかく、ebが作家性よりも『FE』の知名度を持って〝売る〟ことを重視したのではないだろうか。ヒット作となり利益面でも好評価を得る良作であることは間違いないのだが、結果としてゲーム業界の良き前例としての『TS』の存在意義はまったくなくなってしまったのである。

最新作『蒼炎の軌跡』では、戦闘画面の３Ｄ化だけでなく要所にムービー（ボイス付き）も入るようになった

そして『TS』から4年。事態はまた動き出そうとしている。『ティアリングサーガ2ベルウィックサーガ』（以下『BS』）が発売されるのである。『TS』がその存在意義を示せなかった以上、『BS』に課せられるハードルは高い。『BS』の内容次第では、『TS』は本当にまったく意味のないソフトとなってしまう。

そんなプレッシャーの中で発売される『BS』であるが、現在、媒体から読み取れる情報からみて、『TS』からまったく違うシステムになっているようだ。6角形のヘクス、同時ターン性の導入、傭兵を雇うことで自軍を強化するシステム、そのどれもが『TS』とはかけ離れている。もちろん、『FE』ともまったく違う。この相違は、加賀氏の「ファミ通」インタビュー時の『ES』の構想にかなり近づいていったためだろう。ならば、なぜ『BS』の開発者の名前が公表されていないのだろうか。加賀氏という作家の本質を紹介するためにも、開発者を公表すべきである。『BS』が『TS』からいかに進化したかは、今の段階ではわからない。その判断は、ソフトが発売された後、弊誌次号のレビューで解き明かされることだろう。だが、現時点ではっきりとしていることは、『BS』は開発者を公開すべきだということだ。『TS』裁判を経て、注目されているタイトルである限り、それは義務と言ってもいい。それが実現しないのであれば、やはりebは利益重視で『TS』を発売したのだと断言されても仕方がないではないか。実際に加賀氏が携わっているかどうかは問題ではなく、誰が作っているかは明確にすべきである。

今の『FE』に継続価値はあるのか

『BS』より一カ月ほど先に発売されたのが、『FE蒼炎の軌跡』である。加賀氏が退社してから、4作目の『FE』となり、据え置きハードとしては初めての『FE』である。『TS』が存在意義を問

任天堂は感情的になっている様な気がします。（秋田県　極東第３帝国）

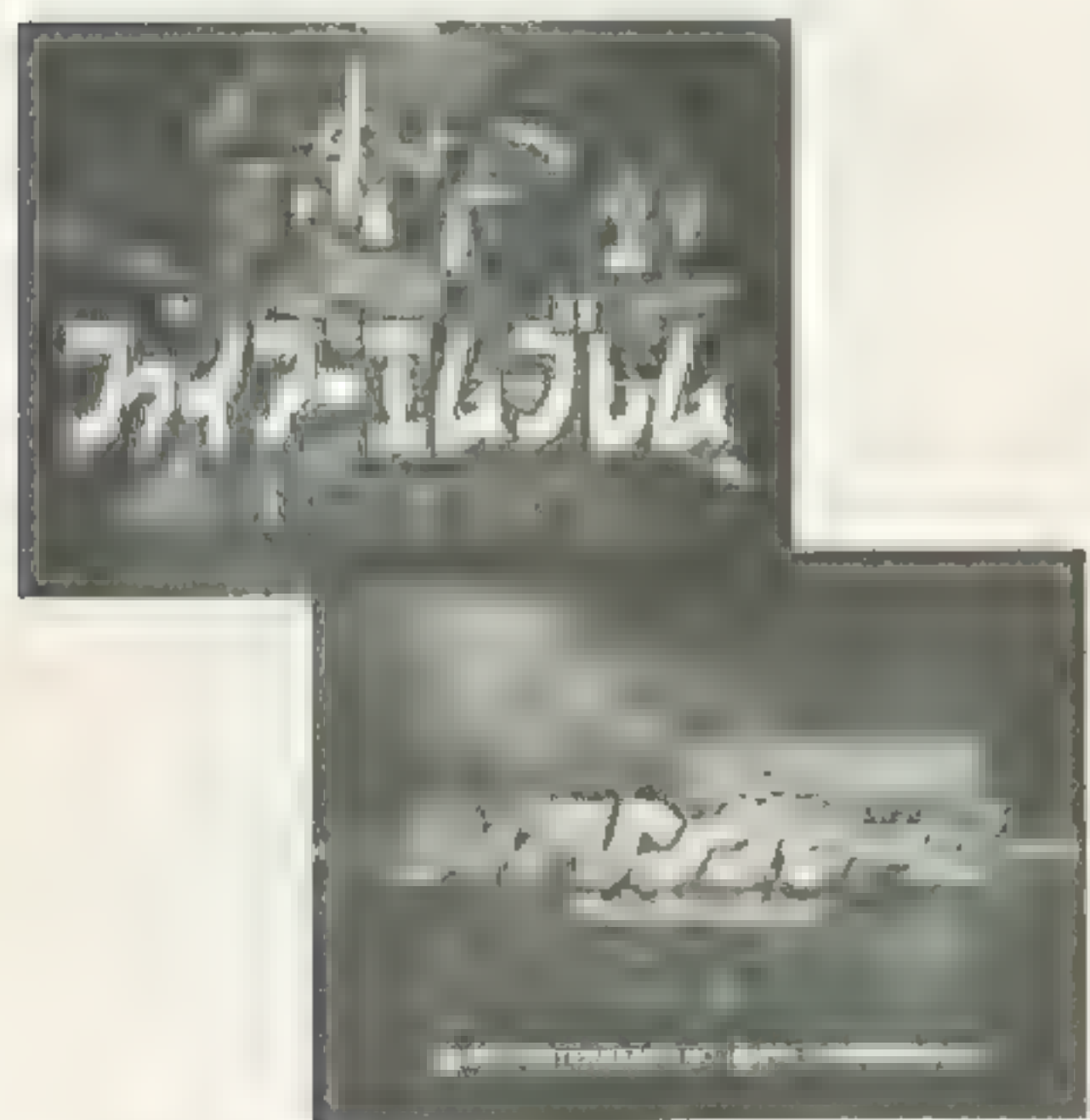
われているとすれば、『FE』はその継続意義が問われている。加賀氏が開発から離れてから、『FE封印の剣』が発売されるまで3年の月日がたってしまっているが、これは、開発チームの立て直しにこれだけの月日を必要とした証だろう。加賀氏の存在の大きさがわかる案件だ。そして、GBA版に課せられていたものは、『FE』の王道への回帰であり、同時に新規参入者への間口を広げることだった。だからこそ、コアなユーザーになるほどGBA版『FE』に対する評価は厳しいのではないか。特に、ゲーム自体の難易度が下がってしまったことと、キャラクターに〝濃さ〟を感じなくなったことを懸念している声は多い。

そもそも、『FE』は〝詰み〟の要素が大きい。それは、開発者とユーザー間で詰め将棋を指している感覚に近い。ノーマル・ハードのようなゲームの難易度の変化も、キャラクターが強くなるのではなく、指し手が強くなる感覚。そうなると、シリーズを重ね、強くなったユーザーが弱い相手と指したくなるのは当然だ。そこには、指し合うという共同作業ではなく、指されている、もしくは、指してやっているという1人遊び感だけが残るだろう。GBA版でたまったフラストレーションを『FE蒼炎の軌跡』は晴らせたのだろうか。この後に続くレビューがその継続価値を解き明かしてくれるであろうから、ここで深くは追求しないが、ただ気になる点として、『FE蒼炎の軌跡』の開発がスタートしたのがおおよそ3年前。『TS』裁判の真っ最中だ。『FE蒼炎の軌跡』に盛り込まれた、ムービーやボイス。そして3D化されたキャラクター。加賀氏が追求していた、大容量媒体によるゲームとして、恨み返し的な作品にならないことを祈るばかりである。

ゲームは誰のものなのか?

最後に、『TS』と『FE』の、もうひとつの側面を上げておきたい。それは、『TS』と『FE』というクオリティの高い作品を、PS2とGCというハードの垣根を越えて遊べるという点だ。この事実は、思いのほか大きい。『ドラクエ』や『FF』、『真・三國無双』のようにユーザーから愛され、その期待に応えているソフトもある。しかし、他方で、ユーザーの手の届かない部分で、シリーズが崩壊したソフトもある。その一例として、『天誅』はいつの間にかアクションゲームとなり、当初のハードな世界観であれば登場する可能性の少ない、くのいちメインの作品までもが発売された。新規ユーザーは増えたのかもしれない、だが、この変化は『天誅』ファンが本当に望んだものだったのだろうか? そのような、不運なソフトたちからすれば、『TS』と『FE』の共存は、ユーザー視点からすれば喜ばしいことであり、その存在を否定する必要はない。スタッフの経験蓄積のないゼロからのスタートで、『FE』レベルを引き出した加賀氏の手腕は評価されるべきであり、その加賀氏が抜けた穴を見事に埋めたIS開発陣の努力は特筆に価するのだ。

確かに、『TS』の発売は裁判にまで発展し、GBAの『FE』はそれまでのコアユーザーを満足させていないのかもしれない。だが、その存在意義と継続意義を示すことができた時には、ゲーム業界に新たなモデルケースを示すことができるだろう。そして、そのお互いの新作が1ヵ月の間に発売される。どちらもが倒れてしまう最悪のケースもあるが、その結末を注視しなければならない。『FE』は今号特集にて、3人のレビュアーがその進化と真価を問い、次号『BS』の全貌が明らかとなる。読者の皆様にも次号特集の総論をもって、それぞれに『TS』、『FE』の意義を考えていただきたい。

エムブレムvs.ティアサガ どう思う? 真の勝者がわかると思う。（静岡県　久保庭寛）

ファイアーエムブレム 蒼炎の軌跡

従来のシステムの改良によって大きく広がったプレイヤーの間口

とうとうコンシューマ機に姿を現したシリーズ最新作。時代に合わせた進化を遂げつつも、そこには確かに『FE』がある。

text by [illegible]三

プレイ時間：43時間

4年のブランクを経て登場したGC版の『FE』

ついに『ファイアーエムブレム』(以下『FE』)がGCで発売された。第1作の発売から15年。今まで全8作が発売されているが、たどってきたハードの遍歴は、FC、SFCからGBAへと進んでしまい、携帯機以外のコンシューマで発売されるのは、『トラキア776』以来約5年ぶり。しかも32ビット機以降のハードでは、初めてとなる。SFCやGBAの名作シリーズがハードをGCに移し、どういった変化を見せるのか、興味の尽きないところだろう。まずは、その変更点を検証してみたい。

まず、真っ先に目につくのは、グラフィックだ。通常の会話などで表示される顔グラフィックこそ、従来のシリーズ同様、2Dだが、戦闘やイベントでは、キャラクターがポリゴンで表現されている。登場する人物の生き生きとした動きは、さすがにGCならではだ。また、ストーリーの要所に入る寸劇には、声優によるボイスが入り、グラフィックとともに物語を盛り上げてくれる。

システム面では、ユニットを1マス移動させる「体当たり」が上げられる。効果は地味だが、複数のユニットを使用して大幅に移動距離を稼ぐ、攻撃した後のユニットに体当たりすることで、次のターンに攻撃されるのを防ぐ、など意外と有効に使える場面が多い。

ユニットの種類には「ラグズ」と呼ばれる獣に変身できる種族が加わっている。過去の作品に登場した「マムクート」のように、必ずアイテムを必要とするわけではなく、ターンを進めることでゲージをため、人間から獣へ、獣から人間へという変身を繰り返していくタイプだ。ユニット自体の善し悪しについては好みの問題だが、新たな兵種が増えたことは、純粋に目新しいと言えよう。

それから、今作では戦闘準備が「拠点」パートとして独立している。このパートでは、武器・アイテムの購入やスキルの習得、「支援効果」の付与など、さまざまなことを行うことができる。中でもゲームに大きな影響を与えるのが「育成」で、ステージクリアごとに加算されるボーナス経験値を振り分けることで、ユニットのレベルを上げることができるのだ。もちろん、ボーナス経験値は、戦闘で普通に得られる経験値と比べれば少ない。しかし、何のリスクもなくユニットを成長させられるというのは、死が簡単に訪れ、それをリセット以外では取り返すことができない『FE』シリーズでは、非常に大きな恩恵と言えよう。これにより、使いにくかった後半に仲間になるキャラクターや、仲間になったばかりの弱いユニットを、

ジロールプレイングシミュレーション
メ任天堂
機GC
¥6,800円(5%税込)
発05年4月20日

ある程度強化してから出撃させることも可能になっている。

また、「拠点」パートに武器の補充など、戦闘以外の要素を集中させていることで、戦闘マップにかかる時間は大きく減少している。これは、ライトユーザーが過半数以上を占め、従来のファン層も年齢が上がって、長時間のプレイが厳しくなっている現在のコンシューマゲーム事情に合った改善と言えよう。今までのシリーズに比べて、間口は広がっている。

間口は広がっても FEらしさは健在

プレイヤーへの間口が広がり、多くの人が楽しめるというのは、評価できる点と言えるだろう。だが逆に、ここでひとつ疑問が出てくる。手軽に楽しめる、一般向けに作った作品が『FE』と言えるのかということだ。シリーズの持つ解き応えは、ある意味『FE』の個性となっている。それがなくなっては、シリーズの続編として納得できないという人もいるかもしれない。しかし、この点は杞憂と言っておこう。戦闘システムは、ぜい肉を落とすことでスリムになったが、『FE』の核となる部分はしっかりと残っているからだ。

自軍総数の4、5倍は当たり前の戦力差。それに対して全体のマップはやや狭くなっており、初期位置の敵との距離はかなり短い。1ターン目から敵と接敵というのも珍しくなく、序盤から激しい戦いが展開されるのだ。そんな厳しい状況の中で、いかに自分のひいきしているキャラクターに経験値を獲得させるかなど、全体の成長のバランスを計算する。魔法使い系ユニットなどが安易に前線へ出れば、あっさりと昇天してしまうところも、昔のまま。地形を利用して、少ない人数でとにかく前線を構築し、死にやすい守備力の低いユニットを守る。敵のわずかな移動力の差を読んで各個撃破する。兵種や武器の相性を考慮しながら、敵を確実につぶしていく。ここには、『FE』らしい戦闘の面白さがしっかりと継承されているのだ。

1戦1戦が命がけの戦闘は、今作でも健在。だからこそ、レベルアップの嬉しさもひとしお。

ただ、少々残念だったのは、SFC時代のシリーズ作品に比べ、マップがコンパクトにまとまりすぎている点だ。シチュエーション的にも、多数の敵に取り囲まれており、すぐ接敵するようなステージが多いため、戦闘で採り得る選択肢が限定されやすい。たとえば、今作の数倍にも及ぶ広大なマップと、複数の制圧目標が用意されていたシリーズ4作目『聖戦の系譜』と比べると、戦闘のダイナミックさ、戦場でプレイヤーが選び出す選択肢の数は、大きく劣っていると言わざるを得ない。他のシリーズ作品とトータルの難易度を比較してみても、決して高いとはいえず、シリーズをかかさずやり続けているようなファンには、物足りなく感じるかもしれない。

ただ、シリーズ外に目を向ければ、簡単なSLGというほどではない。逆に難しい部類に入るだろう。また、戦闘での要素を絞ることでテンポの良さを引き出しながらも、『FE』らしさは残っている。クリアまでにかかる時間も短くなっており、これまでシリーズに触れていなかった人が『FE』をやってみようと思うなら、むしろ手頃ではないだろうか。難しそう、時間がかかりそう、ということで今まで『FE』を敬遠していた人に、ぜひ手にとってもらいたい作品だ。

関連作品

ファイアーエムブレム　紋章の謎

ジSRPG
メ任天堂　機SFC
¥9,975円(5%税込)　発94年1月21日

シリーズ第1作をSFCでリメイクした作品。粗削りだったFC版のシステムを見直し、全面的なパワーアップを果たした。書き直されたキャラグラフィックは、FC版とのギャップから、今でもコアなファンの間で語り草となっている。

エムブレム vs. ティアサガ どう思う?
ゲームの内容で勝負!!……ってことならいいな。（長野県　世迷い子）

ファイアーエムブレム 蒼炎の軌跡

『FE』らしさを失わない絶妙なマイナーチェンジ

久しぶりに据え置き型ハードで登場。数々のアレンジによって、新時代の『FE』と呼ぶにふさわしい作品となった。

text by 藤原修二

プレイ時間：50時間

闘技場という安全装置を外して困難な難易度調整に挑む

『ファイアーエムブレム』（以下、『FE』）はマニアックなゲームである。敵との位置&強弱関係を計算しながら進めていくSLG、というだけでも初心者にとって厳しいのに、「倒れたキャラクターは復活しない」「戦闘中のセーブ不可」という『FE』伝統のシステムが加わる。慣れていない人が簡単に楽しめるものではない。

そして同時に、マニアを生み出すゲームでもある。厳しい条件をクリアしていくからこそ、キャラクターやプレイスタイルに対する〝こだわり〟は強くなる。初心者も上級者もそれは変わらない。

そんな『FE』シリーズは、難易度調整が難しいゲームだと思う。シリーズ初代から10年以上。ずっとプレイしてきたマニアもいれば、今から遊ぼうとする人もいる。ストーリーやビジュアルではなく、ゲームをクリアすることが面白さの肝である『FE』において、さまざまな〝こだわり〟を持つすべてのユーザーを満足させることは一筋縄ではいかない。その解決策としてGBA版2作目『烈火の剣』からは、あらかじめゲームランクを選べるようになっているが、はたしてどこまで納得させられるのだろうか、とも感じていた。

だからこそ、『ファイアーエムブレム 蒼炎の軌跡』において、これまでのシリーズすべてに存在した「闘技場」がない、という情報を知ったときは少なからず驚いた。というのも、『FE』シリーズにおいて闘技場は、初心者からマニアまでさまざまなプレイスタイルを受け入れるための、システム面での受け皿だと思っていたからだ。

闘技場では経験値とお金をいくらでも稼ぐことができる。キャラクターを成長させ高価な武器を購入することで、プレイヤーのイージーミスによる失敗の確率を下げることが可能なのだ。もちろん、SLGが得意な人であれば闘技場をまったく使用せず、時間をかけずにクリアすることができる。また、人によってはマイナーなキャラクターを育てることもあるだろう。闘技場はある意味、RPGの経験値稼ぎ的存在なのだ。

開発者は思い切った決断をした。闘技場というセーフティネットよりも、経験値・お金が有限の中で戦略を立ててクリアすることを楽しんでほしい。そのための、多くの人が楽しめるだけの難易度を前もって用意する自信がある、ということなのだから。

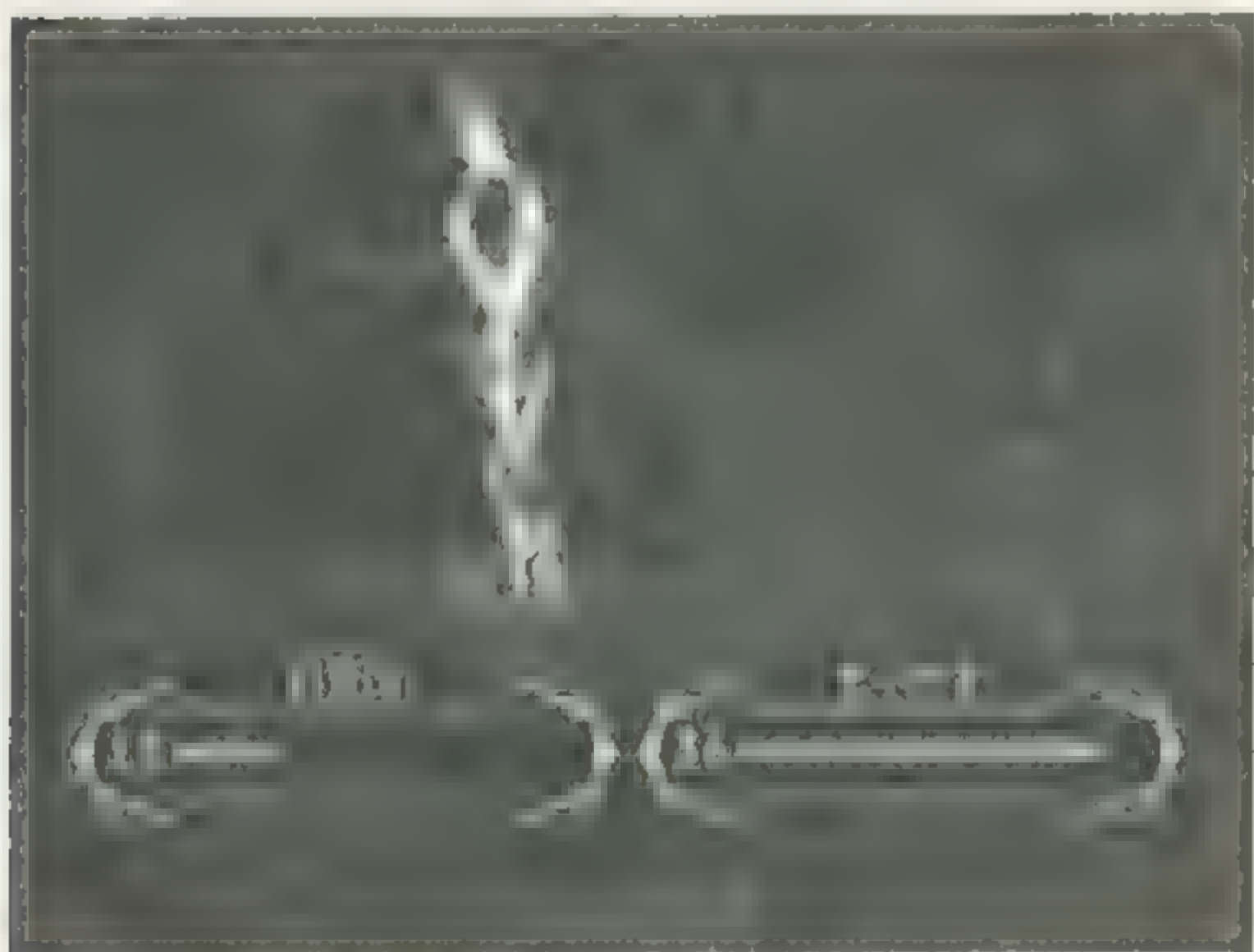
とはいえ、まるっきり救済措置がなくなったわけではない。「拠点」で実行できる「育成」コマンド。ステージクリアするごとに、プレイ内容によってもらえるEX

ジ ロールプレイングシミュレーション
メ 任天堂
機 GC
¥ 6,800（5%税込）
発 05年4月20日

経験値によって、戦闘をしなくてもキャラクターを成長させることができるのだ。また、拠点ではセーブ&ロードを繰り返すことによって、より良い成長パターンを選ぶこともできる。本作は全体的に成長率が高いので、8パラメータ中6つ上がるケースも珍しくない。EX経験値はプレイ効率が良いほど多くもらえるので、完全に初心者向けの救済措置とは言えないのかもしれないが、意識しなくてもある程度はたまるので特に問題はないだろう。

戦闘と会話、それぞれに集中できるシステム変更

そしてこの「拠点」と「戦場」をきっちりと分けたシステムも新しい試みだ。戦場でのデモ以外の会話シーンはすべて拠点で行うようになっている。実際にプレイしてみると、以前のシリーズでは、戦場で買い物や支援会話を行っていたのが不自然に思えるほど、しっくりくる変更点となっている。

戦場では、敵をマーキングすることで、その敵の攻撃可能範囲を表示したままにできるようになったのも大きい。もともと、相手の行動範囲を計算しながらプレイすることが多いゲームなのだが、これによってストレスなく思考に没頭できるのだ。中盤に登場する牢獄から脱出するマップでは、この要素がうまく活かされている。監視の行動範囲内に入ると見つかって、多くの衛兵との戦闘になる。これはこれでクリア可能なのだが、衛兵の動きをしっかりとかわして進行することによって、戦闘を行わずにクリアすることができる。しかも、戦闘を行ったとき以上のEX経験値がもらえるのだ。このようなクリア方法を考えさせるマップは、シリーズでも新しい。

3D化したことによって、見にくい場所があることと、モーションのテンポの悪さが若干気になる

この脱出に加え、敵の全滅、ボス撃破、規定ターン数耐える……というように、マップごとにさまざまな目的が存在する。これらの目的は、以前から存在したが、本作では同じ目的が何度も続いてプレイが単調にならないよう、制作されているのも嬉しいところ。

また、戦場での新要素として忘れてはいけないのが「体当たり」。操作しているキャラクターより体格が小さいキャラクターを1マス押し出すことができる。あと一歩で攻撃が届くのに……、と悩むことが多かったFE。本作もご多分に漏れず、そういったシーンが多いのだが、この体当たりを駆使することによって局面が変わるシーンは少なくない。わずか1マスを進めることで戦況を一気に有利にする快感。これもまた、マップ構成の妙といったところか。

たった1ポイントの差で悩むことが『FE』の魅力

99年にリリースされた『トラキア』以来、6年の歳月と1ハード(NINTENDO64)飛ばして、久しぶりに据え置き型ハードで登場した『FE』。シリーズ初となったポリゴン化は確かに大きな変化だ。しかし、これまで述べてきたマイナーチェンジとも言えるシステムの変化、そして新要素こそ、『FE』シリーズの新しい一歩にふさわしい進化だと思う。

個人的に最も大きいと感じた闘技場をなくしたことによる難易度については、残念ながら筆者はノーマルでしかクリアしていないのでなんとも言えない。だが、限られた中で1マス、1ポイントの差で悩み、クリアしていく楽しさこそ『FE』の神髄があると思う。この方向でのさらなる進化を望む。

関連作品

ファイアーエムブレム　烈火の剣

ジSRPG
メ任天堂　機GBA
¥5,040円(5%税込)　発03年4月25日

3人の主人公による物語が描かれた作品。それぞれ初心者、中級者、上級者向けのキャラクターとなっていた。また、ランクもノーマルとハードがあり、さまざまなユーザーに向けて制作されているのがわかる。また、ユーザーが軍師という立場で物語に参加する設定も面白い。

エムブレムvs.ティアサガどう思う?　ユーザーのジャッジが下るんだからいいと思う。（大阪府　あきろと81）

ファイアーエムブレム 蒼炎の軌跡

深さを求めた進化を捨てた伝統芸能としての洗練

ハードな内容で知られる『FE』だが、GBA版から間口は広がった。本作ではシステム面に新たな挑戦をしてきた。

text by 池谷勇人

プレイ時間：50時間

初めて『ファイアーエムブレム』（以下、『FE』）に出会ったのは、筆者がまだ小学生の頃。なんだかんだで、このシリーズとはもう15年近い付き合いになる。

『FE』道とは修羅道である。一度死んだユニットは二度と生き返らない——ゲームオーバーよりもつらく厳しい「鉄のおきて」が、「誰か死んだら即リセット」という『FE』ならではの風習を育んだ。もちろん、リセットすれば章（マップ）の始めからやり直し。1時間、2時間という巻き戻りを二けた、三けたと積み重ねて、ようやく「全員生存」の頂に手が届く。

前々作『烈火の剣』の批評でも書いたが、本気で「全員生存」を目指すなら、知力、体力、時の運、すべてを注ぎ込んでの総力戦だ。学生の頃はそれでもまだ良かったが、社会人となった今では、睡眠時間を削ってのリセットは命を削る行為に等しい。『FE』と付き合っていくということは、楽しくも険しいイバラの道なのだ。

緊張感を持続させる育成システム

さて、そんな『FE』の最新作がこの『蒼炎の軌跡』（以下、『蒼炎』）である。ここのところGBAでのリリースが続いていた『FE』シリーズだが、『蒼炎』は久々に据え置き機での登場。これに伴い、マップやユニット、戦闘シーンなどもろもろごっそりポリゴン化されているのが特徴だ。

とは言え見た目の変化を除けば、その手触りはまったく「いつもどおり」の『FE』である。新コマンド「体当たり」（邪魔なユニットを1マス押し出せる）や新兵種、新スキル、武器練成などなど細かな追加要素はあるが、いずれも戦術面に革新をもたらすほどではなく、程よいアクセントとして作用するにとどまっている。

唯一変わったのが育成まわり。シリーズ恒例の「闘技場」が廃止され、代わりに章クリア時にプレイヤーの評価に応じた「ボーナスEXP」が入るようになった。ボーナスEXPは早くクリアすればそれだけ多くもらえるため、実質的には「ボスを延々つついて経験値稼ぎ」の抑止にもなっている。

これら「闘技場」や「ボスつつき」といった経験値無限増殖手段は、限られた敵ユニットをいかに倒し（＝限られた経験値をいかに割り振り）理想の部隊を育成するか、という『FE』の理念とはそもそも対極にあったモノ。潔く取っ払ったのは英断だろう。これにより、中盤以降もきちんと経験値配分を考えて戦わねばならず、最後まで育成の楽しさと緊張感が持続するようになった。

幕間の会話パートが長めなのも今作の特徴だ。基本軸となる「VS.悪の帝国」だけでなく、ベオク（人

ジロールプレイングシミュレーション
メ任天堂
機GC
¥6,800円（5%税込）
発05年4月20日

間）対ラグズ（半獣）という異種族間のあつれき、主人公アイクの成長などさまざまな要素が折り重なった厚みのあるシナリオは、従来の『FE』にはなかったものだ。セリフまわしもいちいちキュンとさせるものが多く、『FE』信者が悶えそうなツボを的確に突いてくる。

とりあえずハードモード（『FE』標準クラスの難易度）を一周してみての感想だが、総合的な満足度は間違いなく高い。ポリゴンアレルギーがないこと前提だが（モデリングの甘さは目をつぶるとしても、『FE』らしからぬ覇気のないモーションは減点対象だろう）、システムまわりもカユいところに手が届く洗練ぶりで、脳天から爪先まで『FE』漬けになりたい中毒患者から、シリーズ未経験の初心者まで幅広くオススメできる至高の『FE』だと思う。

国家同士の争いだけでなく、種族間の根深い対立や誤解も描かれている。全体的にイベントは豊富

しかし、だ。

冷静になって振り返ってみれば、結局は「いつもどおり」なのだ。

マニアにしか望まれない「進化」を捨てた

『FE』の進化の歴史は、5作目『トラキア776』で一度途絶えている。6作目『封印の剣』以降、つまりGBAにハードを移してからの『FE』は、それまで続いた複雑化、高難度化の流れをリセットし、ふたたび1作目のシンプルなシステムに立ち返った言わば「2代目」シリーズだ。『蒼炎』も相変わらずベースは1作目であり、大枠では『封印の剣』から目立った進化はない。ゲームはその性質上、望むと望まざるとにかかわらず常に「進化すること」が義務付けられてきた娯楽だが、2代目『FE』は自ら、進化のレースに参加することを放棄している。

それが「『FE』とはかくあるべし」という積極的理由によるものなのか、産みの親である加賀昭三氏が抜けたから、という消極的理由によるものなのかはわからない。しかし、一人の『FE』ファンとして、筆者はこの流れを少なからず歓迎している。

進化は常に複雑化と紙一重である。一部のマニアにしか望まれない進化を続け、やがてユーザーを置き去りにしたままはるか高みにまで上り詰めてしまった作品も少なくない。シューティングや格闘ゲームがその最たる例だろう。『FE』もまた、一度はその危機に直面していたのだ。ただでさえ「総力戦」が求められる『FE』で、もし『聖戦の系譜』『トラキア776』のスピードで進化を重ねていったら……。

もしまだ『FE』がまだ進化に未練があったなら、『蒼炎』はレース復帰の大きなチャンスだった。なんせ「ポリゴン化」という、ある意味でのタブーに足を踏み入れているのだ。いっそ『真・三國無双』のような群集アクション要素を盛り込んだりしても、案外受け入れられたのではないか。しかし、そうはしなかった。これは「『FE』はこのまま行きます」という、明確な意思表明とも取れる。

ハード面での進化が収束した現在、進化を放棄するのもまた前向きな選択のひとつだろう。『FE』は「進化」ではなく「洗練」を選んだ。よきゲームである前に、よき『FE』であろうとした。その進む道は、なんとなく落語や歌舞伎といった「伝統芸能」に通じているような気もする。

その意味では、『蒼炎』は非常によくできた『FE』であった。僕が『FE』を卒業できるのはまだまだ先のハナシになりそうだ。

関連作品

ファイアーエムブレム 聖戦の系譜

ジSRPG
メ任天堂　機SFC
¥7,875円（5%税込）　発96年5月14日

ＳＦＣで発売された「ＦＥ」シリーズの第４作目。親子二代にわたる壮大なシナリオ、第１部のプレイ結果に応じた結婚・遺伝システムなど、数々の斬新な要素を盛り込んだ意欲作。システム的にはある意味『蒼炎』よりもさらに先を行っている。

エムブレムvsティアサガどう思う？
あまり嬉しいことではない。どちらのソフトにもプラスにならないことだから。
ゲームをする人の立場に立ってもらいたい。　（岐阜県　モリンボー）

15年目の継続意義

SRPGというジャンルは、『ファイアーエムブレム』が築いた。以降、似たようなシステムのソフトが出てきても、なかなか『FE』シリーズを超えるものはなかった。

そこに現れたのが、『FE』の生みの親である加賀氏の作った『ティアリングサーガ』であった。いわば「兄弟分」とも言うべき2つのシリーズだが、裁判という不幸な因縁がついてしまったのは、冒頭で述べたとおりだ。ゲームは誰のものなのか。

それは業界において極めて重要な問題ではある。だが、購入して遊ぶ一般ユーザーにとっては、正直言ってそんなことはどうでもいいに違いない。どちらがより遊ばせてくれるのか。どちらがより楽しめるのか。そこに尽きるだろう。

両雄の激突となった今回、先に発売された『ファイアーエムブレム　蒼炎の軌跡』のレビューを競作という形でお届けした。新システムについては「進化」か「進化を捨てた洗練」かといったとらえ方の違いはあるものの、各ライターとも総じて好印象であったと述べている。

シミュレーションゲームの初心者にも間口を広げながら、コアなファン層も離さない難易度調整は並大抵のものではなかっただろう。そこに果敢に挑戦し、作り上げたスタッフの力量をたたえたい。『トラキア776』で加賀氏が抜けた後、実に6年目にして姿を現した新生『FE』は、その名に恥じない出来と、『FE』の初心を忘れない堅実な改良が施されていた。今後『FE』の進むべき方向が見えてきたと言えるだろう。

さて、そうなると楽しみなのが『ティアリングサーガ』シリーズの新作『ベルウィックサーガ』である。『FE』を離れ、まったく新しいSRPGに挑戦したいと願った加賀氏の理想がどこまで実現されているか、期待が高まる。

（編集部）

モラルがないと思う(『ティアリングサーガ』)。『ファイヤーエムブレム』の方に売れてほしいです。（大阪府　やまかつ）

すべてはネトゲのために　ネトゲはすべてのために

コンカミナオタイ

ネトゲの恋が実るとき

text by 春生文

男と女が、いる限り。
　出会いと別れにまつわる恋のドラマは、必ず生まれる。もちろん生まれない場合は生まれないが、生まれる場合はとことん生まれる。それが人の世の常というものである。そこが超高速で銀河を旅する宇宙船の内部だろうと、店員同士が憩うコンビニの奥の狭い休憩室だろうと。最初はお互いの顔も年齢も何も知らない、虚構のネトゲ世界の中であろうと……。

　と、そんな「ネトゲ恋愛」について身もふたもないことも含め考察して来たこのコラム。第三回の締めくくりでは、「そんなネトゲ恋愛が実る瞬間とは？」ということについて、考えていこう。

　ネトゲの恋が実るとき。

　それはネトゲで出会った男女が、リアルでの距離や立場の違いを超えて真実の愛で結ばれる、その瞬間のことである。ならば「恋が実る」とはどういう状態を指すのだろうか？　世間的にはシンデレラの物語よろしく「そして二人は盛大な結婚式を挙げ、末永く幸せに暮らしました」ということを言うのだろうが、そんなことは二人が死ぬまで添い遂げ、共に仲良くお墓に入るまでは言い切れないことであって、当然のことながら「盛大な結婚式を挙げ」ることがイコール「ネトゲ恋愛の成就の瞬間」ではない。

　ネトゲ内においては。男女がなんとなく一緒にレベル上げやスキル上げをしたり、相手が生産活動をしているのを眺めていたり、あるいはゲーム内で結婚式を挙げたりなど、「そこはかとなく二人の関係が完成したかのような感じ」を味わうことはたやすい。ウルティマオンラインのように自分の家を持つことが可能なネトゲなら、お互いの自宅を共有者として登録して、あたかも本物の夫婦のようにそこに住み、室内に好みの装飾をこらし、時に互いの友人を招いてインテリアの自慢を行うことすら可能である。朝に夕に同じ場所で過ごし、同じ場所に出かけ、おやすみなさいと言葉を交わして一日を終える二人。そんな二人のネトゲ恋愛は、まさにその瞬間「実って」いるかのように見える。

　しかし、おやすみなさいと言葉を交わしてログアウトした、その瞬間。彼の携帯電話が鳴る。彼女の携帯がメールを受信する…。今おやすみって別れたばかりなのに、と。互いに微笑みを浮かべて送信者の名を確かめる二人。しかしその名が彼でなく彼女でない、第三の男、あるいは女であったら……？

　これが往年のトレンディドラマなら、時刻はちょうど放送終了まで十分あたり、オリコン一位のテーマソングが流れ出すところであるが、それはともかく。もしも二人のどちらかが、「回線越しの安定したかに見える関係」と「その瞬間リアルを訪れたまだ見ぬ関係」とを天秤にかけた結果、彼らのネトゲ恋人を回線の向こうに押しやって小さな背信を行うのだとすれば、遅かれ早かれ、ネトゲ限定のきずななど壊れてしまうだろう。人が誰かと出会い、その出会いを「ありふれたもの」から「特別なもの」へ育てていくために必要なことは、その舞台が宇宙船の内部であろうと、コンビニの控え室であろうと、ネトゲ世界であろうと変わりはしない。

　回線の向こうにいるその人を、ログアウトのかなたにあっても常に感じ続け裏切らないでいられる、強い思い。それをあなたが獲得した瞬間をして、ネトゲの恋が実るときと、言うのではないだろうか。無論、永遠にその宝物を失わないでいられるかどうかは、また、別の話なのである。

　ネトゲ、リアルにかかわらず、だ。

世間はＥ３で盛り上がっていますが、下請けゲーム制作会社的には、最新技術なんてむしろ「ああ、これでまた仕事が大変になるのか」と深いため息にしかならぬというか。すでに大手みたいに、すぐに最新機種の開発ができるような会社でないと、ＰＳ２で十分というか、ＧＢＡで十分というか、そんな感じで、機能が増えて新しくなることは、めんどくさいとか、仕事があるといいなあ、でも開発費安いだろうなあ、ああ、どこの予算削ればいいのかなあ、とネガティブな思想しか浮かびません。じゃあ、開発者的に嬉しいニュースというとどんなものか、周りの会社にいろいろ聞いてみました。

第25回　下請けソフトハウス最新情報

Case 1　ゲームが超退化

ゲームは、特に技術的なものが、ますます退化しているもようです。といっても、高級言語慣れして、プログラムのコードが汚いとかそういう話ではなくて、ゲームが単純化しているとか、そういう話でもなくて、開発費がせちがらい昨今、先端技術は経験ある会社のみのもので、貧乏な下請け会社にとっては触れる機会すらないんだからそりゃ進化するより退化したほうが手っ取り早いわな。と、最近はワンチップゲームとかの開発も多いもよう。確かに単価は安いのですが、昔の投稿ゲームクラスのものを作ってそこそこのギャラがもらえるのですから、携帯電話ソフトくらいは食えるとか。

Case 2　業界が高齢化

気づいたらみなさん40代。不景気ゆえまあ新卒がないのはいいとしても、上司が何もしないで食っていけるほど順当に業界が進化すればよかったのですが、上司が食う上澄みの利益がないので、結局、当時にヴイヴイ言わせたすごい人も、いまだ現役でやらざるをえないわけです。しかしこれにより少しいい状況が生まれています。みなさん年で体力がなくなってきたおかげで、あまり無茶なスケジュールがなくなってきているのです。最近はぐっすり寝て、朝から夜まで仕事。そうでないとみなさん倒れてしまうのです。まあ土日は働かなくちゃですけど。

Case 3　同人ソフト制作が今アツイ

コンシューマで開発仕事のなくなった人たちが、俗に言うエロゲーを作るようになったのも今や昔。競合会社が増えに増えて、最近は無理に市販ルートに乗せても数百とかいう寒い数しか出荷されないことから、新たな業界生き残り手段として、同人ソフトが非常に注目されています。同人ソフトも余裕で数千本売れる昨今。普通に市販ソフトを作る方法で作れば、確かに声とかも入っていて絵も綺麗。パッケージも市販ソフトばりになります。おかげで、数自体は確かに結構出たりする。けれど、中身はまったくこだわりがないというか、ただ作りました的なものであることが多く……。

とまあ、最近のニュースといえばこんなもの。昔より時間はゆっくり流れているように感じられるゲーム業界。とはいえなんか最近はやや景気がいいような悪いような。どこもゲームの本数は作ってはいるんです。ただ、複雑で長いものは時間がかかるので、短いものばかり。次世代ゲーム機が登場し、もしかしたら、大規模化が進んだゲームはまたコツブで面白い、本来の意味でのゲームが増えていくのかもしれません。というか、そうなったらいいなあ。遊ぶほうも長いゲームをやるには覚悟が必要だし。

イラスト：安本豪 "Ieye"

大阪・日本橋 定点観測

関西の電気街、日本橋の「今」を
現地から生の声でお届け！

第2回 「表通り」の反撃

オタクロード」に押されるままに見えた非オタクの象徴、「表通り」が主催したイベントの実態とは。

WATCHER [illegible]

日本橋ストリートフェスタ

日本橋。電気製品を安く買うならココ！……といういわゆる"電気街"として発展してきた街。初パソコンは日本橋で購入した。バイトでためた金を懐に、安いゲームソフトを求めてさまよい歩いた。新しいオーディオを選ぶため、店を巡ってカタログを山ほど集めた。さまざまな思い出が渦巻く日本橋は、西のマニアにとってまさに「聖地」なのです。東の「聖地」である秋葉原でオタクを減らそうとする動きがあるのとは裏腹に、日本橋ではオタク的な客層へ向けてのアピールが行われています。

その最たるものが、先日開催された「日本橋ストリートフェスタ」。去る3月20日、日曜日の日本橋を歩行者天国として行われた一大イベントです。事前に発表された「コスプレパレード」や「ロボットフェスティバル」といったプログラムから、10年ほど前のコミケを煮詰めたような、濃い口のマニアが集結するオタク的なイベントを想像した人も多いと思われますが、その実態はまったくの逆。地元商店街による手作りのお祭りに、オタク的な要素が加わった、実に不思議な体験をさせてくれるイベントだったのです。

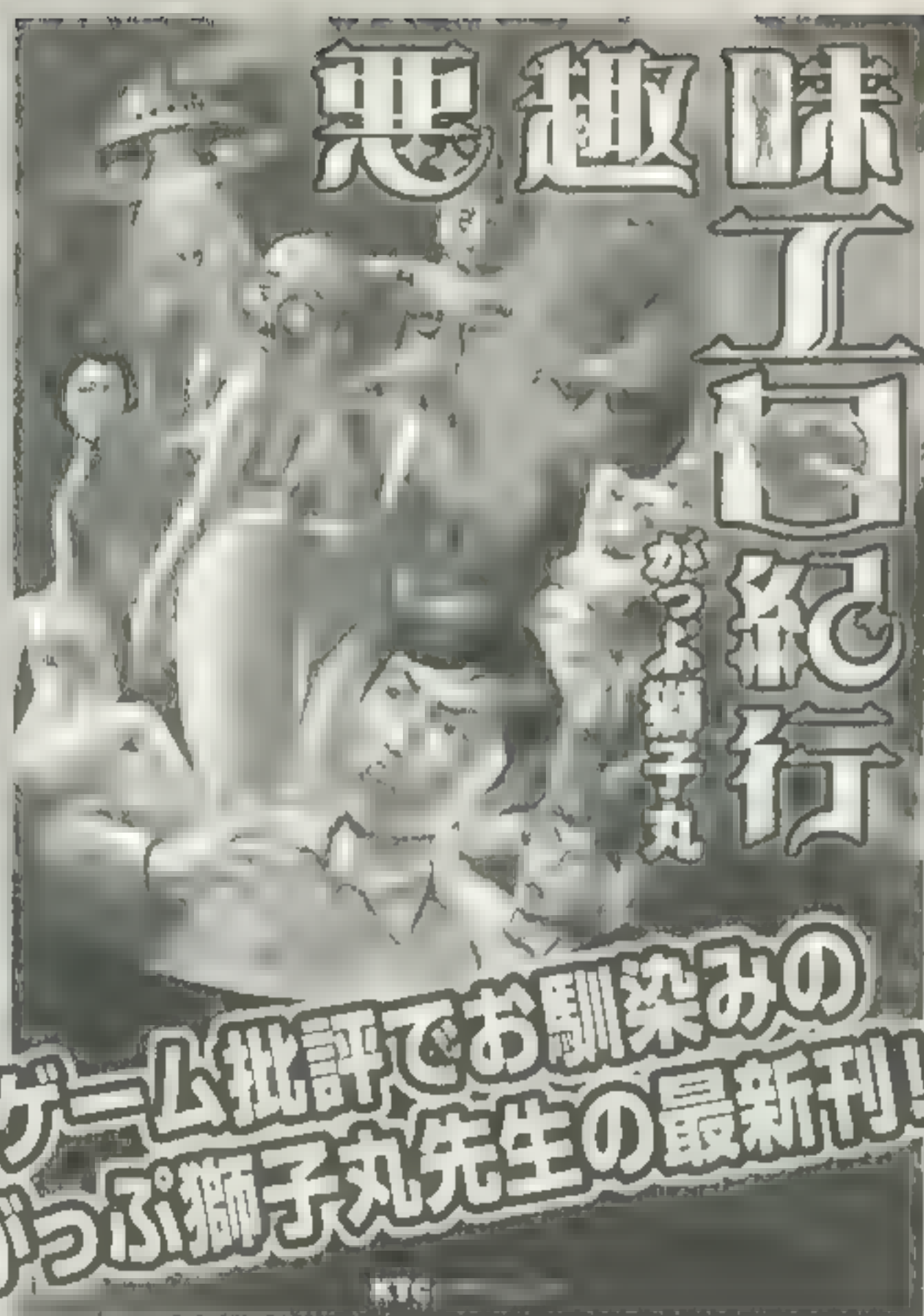
歩行者天国として開放された道路にはオタク的娯楽とは縁のなさそうな人々があふれ、イベント会場となった普段の商店では、牛乳パックを使ったでんでん虫ロボットを組み立てる親子の姿が見られました。コスプレパレードに向けられるのはカメラの砲列ばかりではありませんでした。アンパンマンのコスプレに子供が集まり、巨神兵のコスプレ（というかかぶり物？）に畏敬の視線が注がれるという平和な光景がそこにはあったのです。

コスプレパレードの直後に古式ゆかしい祭りの風景があったりと、そのカオスぶりはある意味圧巻

沿道のすべての店がイベント会場になっていたわけではないため常設イベントの数が少ない、食事できる店が限られているのに屋台がない（一部コンビニなどでは店頭販売を行っていたが、集まった人数からするといかにも不足）など気になる点もあったのですが、全体的には好評だったもよう。噂によると来年の開催も決定したとのことで、これが本当ならイベントとしては成功の部類に入るのではないでしょうか。「日本橋ストリートフェスタ」以降も、日本橋周辺ではロボット関連のイベントなどが計画されており、日本橋は電気街から祝祭都市への道を歩んでいると言えるでしょう。

ここで注目したいのが、「日本橋ストリートフェスタ」が通称「表通り」を舞台としていた点です。日本橋は有名電機店が軒を連ねる通称「表通り」と、自作系ＰＣショップや食玩系の店が並ぶ「オタクロード」から構成されているのは前回も触れたとおり。どんどん勢いを増すオタクロードとは裏腹に、表通りでは閉店や店舗整理が相次ぎ、勢力地図が大きく変動しつつある……というのが日本橋ここ数年の状況です。

そんな中、今回の「日本橋ストリートフェスタ」が表通りで開催され、たくさんの人を集めたということには大きな意味があるのではないでしょうか。「日本橋ストリートフェスタ」はコスプレやロボット対決などオタク的なものを内包しつつも、多数の一般人が訪れました。オタクロードでは休日ともなればお祭りの雰囲気が自然発生的に醸し出されているのですが、表通りは大がかりなイベントを企画することによって日本橋全体をお祭りとしました。

これはつまり、表通り陣営から上げられた反撃ののろしと仮定できないでしょうか。「最近はオタク的なものに押されて調子悪いように言われるけど、やろうと思えばこんなことだってできるのよ」という表通りの声が幻聴として聞こえてきそうです。大通りを歩行者天国として開放し、店舗をイベント会場とし、警察まで動員したイベントを成功させるというのは、"オトナ"の力あってこそ。だとすると、今回のイベントは、日本橋表通りがその底力をオタクロードにアピールしたということになります。やがて日本橋すべてがオタクロード化するという予想は、この成功によって覆されたと言えるでしょう。組み立て式の二足歩行ロボット「ＫＨＲ－１」やスタジオぬえデザインの「ガンウォーカー」といった最新のロボット系アイテムと古式ゆかしいからくり人形が同じ会場で展示されていた光景には、表通りが目指す日本橋のビジョンがあるのではないでしょうか。

悪趣味エロ紀行

がっぷ獅子丸・著

二次元ドリームマガジンにて、キワモノ、悪趣味、ニッチなエロコンテンツを紹介してきた連載がついに単行本となりました！ がっぷ獅子丸構想6年・入魂のバカ企画あり！ さらに有名作家たちが語る豪華ゲストコラムが満載!! ファンは絶対買いだね！

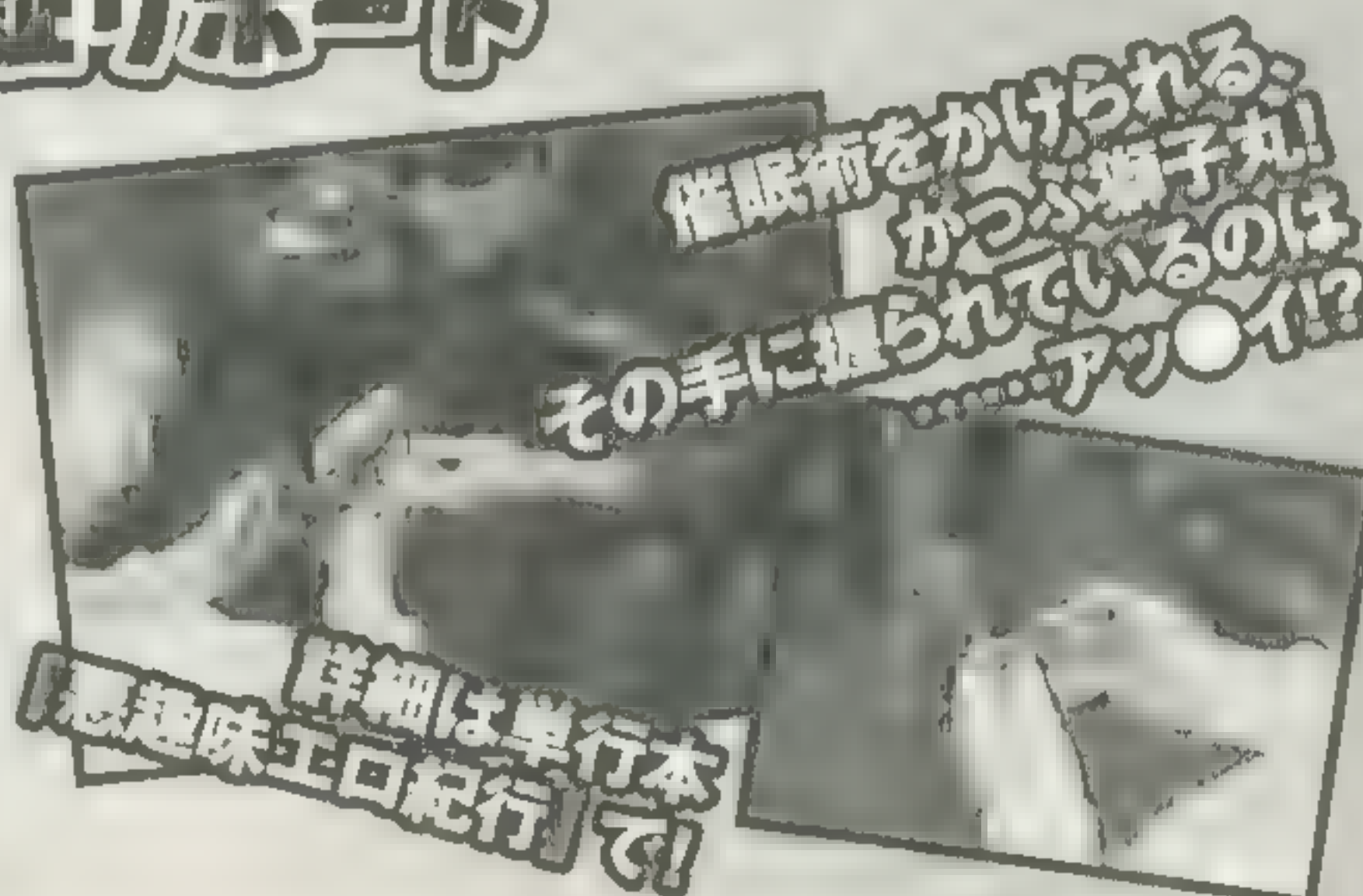
『悪趣味エロ紀行』みどころ

豪華ゲストコラム

有名作家が自ら性癖を大暴露!? 豪華執筆陣がマイ・フェイバリット・悪趣味エロを語るイラストコラム！

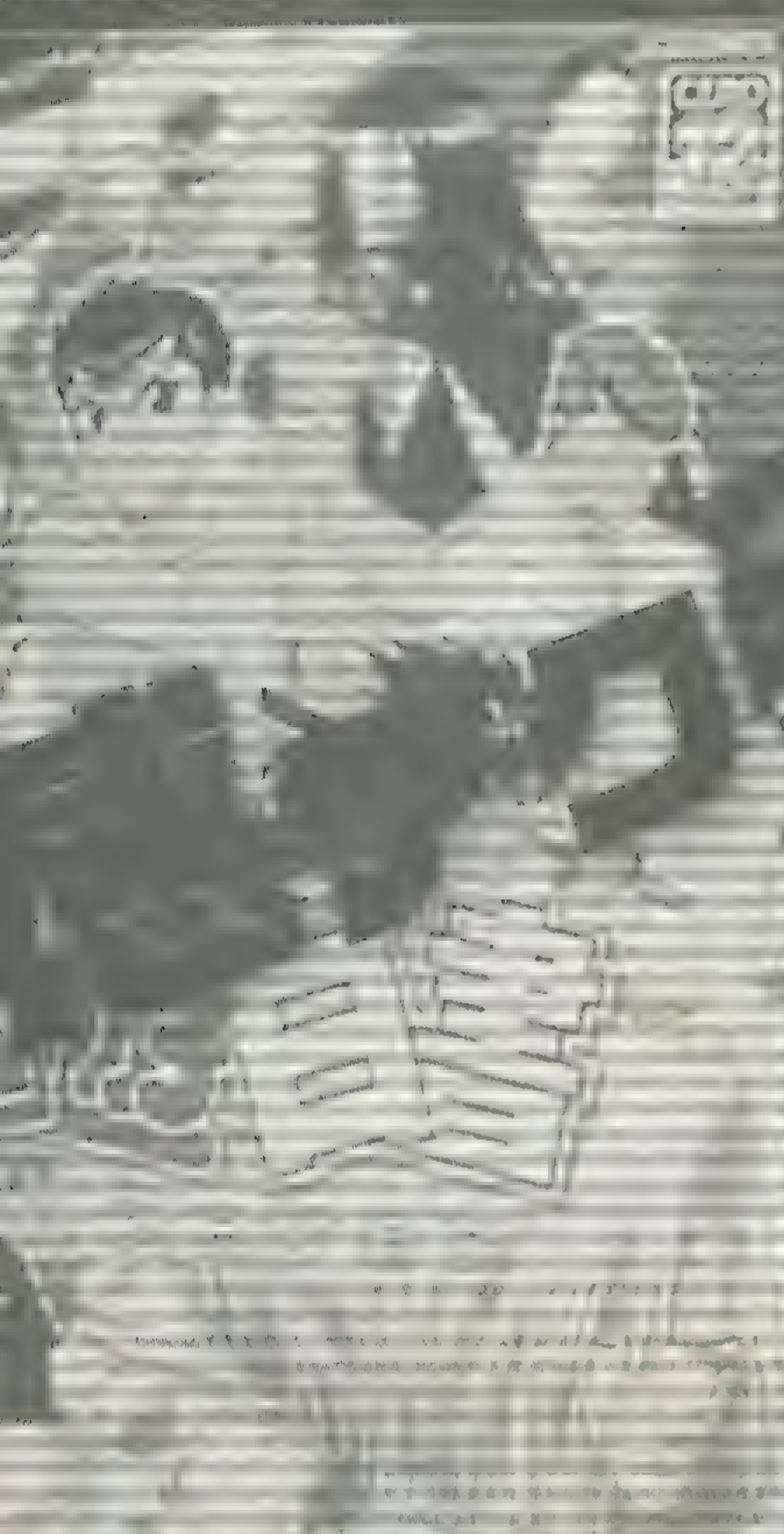
悪の東丈、天津冴、うえやま洋介、うさみ☆、海野やよい、海野留珈、おりもとみまな、木静謙二、琴吹かづき、しのざき嶺、李 KPA、せんばた楼、田川秀樹、田丸浩史、ちば・ぢろう、ちょりそのぶ、緋呂河とも、楓牙、マミヤ狂四郎、もっちー、もりけん、安永航一郎、来鈍（敬称略・五十音順）

君は、アッ●イでヌくことができるか!?
催眠術大検証リポート

チンピク不可能なオタグッズが、催眠術による暗示で前屈み必至のイメージに早変わり！ みんなのために、プ●ステ2のパッドも試してみたぞ!! これが、年収300万円時代を生き抜くオナニー術だ!!

好評発売中！

戦線常アリ!?

「人気のアニメ・漫画をゲーム化すればウッハウハ」そんな甘い考えだけで乱発されていたのも今は昔。近頃はＤＶＤボックスとの同時展開や、そもそも最初からゲーム化を踏まえた企画作りがされたりと、キャラゲーをめぐる様相はだいぶ変化してきた。業界の明日を占うためにも、そのキャラゲーの変貌を分析してみよう。

PlayStation.2
を完全再現！
キャラゲー
裏
ation.2

なぜ、今キャラゲーなのか

「クソゲーの代名詞」的な扱いだったかつてのキャラゲー。しかし今は若干状況が異なる。ゲームとして楽しめるようになってきた、その真相とは——。

text by 編集部

「楽しめるキャラゲー」への変化

漫画、アニメなどの作品に題を取ったゲーム、いわゆるキャラクターものゲーム（略してキャラゲー）。これが最近元気である。

キャラゲーそのものは、それこそファミコン全盛期当時から存在した。しかしその時は、まずハードの性能がアニメ・漫画の世界を再現するには絶対的に不足していたこと、そして空前のテレビゲームブームに乗る形で「質より量」の制作スタイルが横行したことにより、ゲームとしての質はおせじにも高いものではないものが多かったのは読者諸氏もご存知のことだろう。実際、好きな作品がゲーム化されたと聞いてゲームに飛びつき痛い目を見た、という人はかなり多いはずだ。

その当時の（大げさに言えば）トラウマ的体験がたたり、今になってもなお「キャラゲーは基本的にハズレ」という認識を持っている方が大半だと思われるが、実際最近のキャラゲーの質はどうなのか、というと、実は「良作の占める割合が大きくなってきている」と評価できる。

その理由としては、この不況のさなかで質の悪いゲームを出すことはメーカーとして命取りになりかねない、という認識が広まってきたことが挙げられる。ソフト1本当たりの開発費が加速度的にはね上がっているのもその危機感をあおっているのだろう。

また、ゲームバブルも完全に鳴りを潜め、さらにゲームをメインの趣味として考えるユーザーも減り続けている昨今、「あの漫画のゲームなら絶対に買う！」といった層が絶対的に少なくなっていることも原因のひとつとして考えられる（結果として「ユーザーの見る目が肥えた」ということになるが）。

そして、基本的にキャラゲーは「売るための戦略」としての側面が強い。そもそも多かれ少なかれ「人気のある作品だからゲーム化すれば売れるだろう」という思惑のもとに制作されているのが当たり前なのだが、それ故にゲームの作品性にこだわる層は、前述のような過去の経験と相まって、キャラゲーというだけで避ける風潮がある。

そういった困難な状況下にあって、"安定した売上を計算できるコマ"としてのキャラゲーを、各社ともに考え直す必要に迫られてきている。

新たなビジネスモデルとしてのキャラゲー

そこでこの特集では、キャラゲーの「今」を、具体例を挙げつつ検証していきたいと思う。

まず、今現在顕著な風潮は、版権元とゲームメーカーの密接な協

原作者が開発段階から監修として参加する、というのももはや当たり前になりつつある

力関係である。ひと昔前は版権元は使用許諾を出すだけで、それ以上の何かをすることは極めてまれだった。しかし今は、ゲーム化に合わせたDVDリリース、ゲームの内容を逆に原作へ反映させるなど、さまざまな試みで同時展開する向きが非常に強くなってきている。特に顕著なところを挙げるとすると集英社だろう。今になってもなお根強い人気を誇るコンテンツを、現在の開発能力を駆使して最新ハードでリリースするのにタイミングを合わせ、愛蔵版コミックやDVDなどを発売。また、現在連載されている作品のゲーム化に関しては、企画段階からアニメなどを含めたマルチメディア展開の一環としてのゲーム化構想を組み入れている。

資産としてのキャラという概念を明確に意識させた『ときメモ』ドラマシリーズ

　また、キャラクターそのものをコンテンツのひとつと位置づける動きが、各社共通して見られるようになってきている。最初に大規模にやり始めたのはコナミの『ときめきメモリアル』だろうが、従来作品の登場キャラがまったく別の新作の主役になったりする場合、アニメ・漫画を原作としたキャラゲーという範ちゅうからは外れるが、これはある種のキャラゲーと称して構わないだろう。これこそまさに商業主義の権化として忌み嫌われることも多かったが、最近ではそういった厳しい目をはねのけるくらいに〝一本のゲーム〟として完成したものも存在する。

　さらに、そうした〝自社内でのコンテンツ活用〟にとどまらず、最近ではより積極的に他者とのコラボレーションを推進する傾向もある。この種の試みはかつてカプコンが得意とするものだったが、最近印象が強いのは「まさかあのメーカーが!」と思わせたナムコであろう。また、昨年で25周年を迎えた「ガンダム」を擁するサンライズおよびバンダイも、これまでとはまったく異なったゲーム化展開を見せるようになった。

今の時代に求められるキャラゲーとは

　こういった新たな動きの中、必然的にプロジェクトとしてのキャラゲーの規模はどんどん巨大化していく。そして同時に、「失敗できない」という意識もまた各メーカー内で大きくなっていく。また、ゲームが売れた際の利益に関しても、質を維持したうえでうまく同時展開を図れば原作・キャラクターのファンを丸ごと取り込め、オリジナルタイトルをはるかに超える利益が見込める、という事にも気づき始めた。そうした流れの中で、結果的に最近のキャラゲーは〝大ハズレ〟することが少なくなってきているようだ（もちろん中には例外もあるが）。

　これは「あの原作は好きだけどキャラゲーだし……」という、言わば潜在的キャラゲー購買層としては素直に喜ぶべき現象だ。何しろ〝地雷〟を踏む確率が格段に減少したのだから。原作ファン以外にとっても、純粋にゲームとして評価できるタイトルが多くなることでゲームの楽しみ方の幅が増えるし、原作に触れるチャンスともなるので、悪いことではない。

　業界内だけでなく、社会的にも注目を集め始めている〝オタク産業〟。一部の報道では〝萌え〟というカテゴリだけで最終的には3兆円もの規模の市場になると見込まれているという。もちろんいささか楽観・希望的観測ではあろうが、それだけ発展の余地があると期待されているということでもある。もちろんゲームもオタク産業に含まれる。おそらく今後はそれをより意識した方向、つまり形を変えながらではあるだろうがキャラゲーという分野はさらに拡充されていくのではないだろうか。そういった今後を占うためにも、昨今のキャラゲーがどういった構造のもとに生み出されているのか、分析していこうと思う。

「ゲーム批評」にひとこと　『バイオハザード４』の記事を読んで、アンブレラが倒産していたことに驚きました。（広島県　ひまわり）

キャラゲーの傾向と分析

ひと言でキャラゲーと言っても、元はマンガなのかアニメなのか、どんなファンがついているのか、キャラクターの持つ背景はさまざまである。まずは今どきのキャラゲーの成り立ちと傾向を、いくつかのタイプに分けて分析してみよう。

text by編集部

"使える"キャラクターはマンガ・アニメだけじゃない

一般的に「キャラゲー」といえば、マンガやアニメ、小説などを原作としたものととらえられることが多い。だが、そもそもどこまでをキャラゲーと考えるかはさまざまな意見があるだろう。

たとえば昔からゲームの題材としてはよく使われる「三国志」や「新選組」なども、歴史上の人物を「キャラクター」として扱った意味では、立派なキャラゲーと言える。また、ゲームメーカーが、当初は自社タイトルのオリジナルキャラクターとして作成したものを、後に新しい作品に使用して再生産していくケースもある。最近では『鉄拳』のニーナ・ウイリアムズを使用した『デス・バイ・デイグリーズ』や、『FF』『DQ』のキャラを乗せた『ドラゴンクエスト&ファイナルファンタジーin いただきストリートSpecial』などがある。こちらに関しては、ゲームからゲームへのキャラクター利用ということで、別ページにて詳しく解説しているので参考にしてほしい。

このように、広げればどこまでも広がってしまいそうなキャラゲーの世界。中でもマンガ原作に関しては、ファミコン時代からマルチメディア展開のひとつとして、アニメ化とセットになって行われてきた経緯があるだけに、歴史も古い。だが、ある原作を元にし、そのキャラクターを出せば売れるという時代は終わった。今はその原作のファンが何を望み、どんな層が買ってくれるのかをきちんと分析しなければ、ヒットにはつながらなくなっている。当たり前のことだが、キャラクターというゲーム外の魅力がある以上、それをいかにして最大限活用するかを考えなければならない。

昨今のキャラゲーで面白い割り切りをしてきたのが、「テニスの王子様」だ。十数年前から、一部の「ジャンプ」マンガには女性ファンが多くついているが、「幽遊白書」や「スラムダンク」、「ヒカルの碁」なども、結局人気を支えているのは、男子小中学生だと言われており、ゲームも原作に沿ったバトルやスポーツものがほとんどであった。

ところが『テニスの王子様』で様相が一変する。登場キャラの寝姿、寝起きのシーンを収録したオマケCDを3種類用意して「どれが入っているかわからない」＝好みのキャラが入っているものが出るまで買わせたいという戦略を取った。ここまであからさまに女性ファンに向けて作られたジャンプゲームも珍しいだろう。キャラクターという商品を扱う以上、このくらいの割り切りは必要という見本である。誰に向けて売るのか、お金を落とす人は何を望んでいるのかを考えなければいけない。

次ページ以降は、現在のキャラゲーをいくつかのタイプに分けてみた。今、どんなキャラをどのように生かしていくべきか。それぞれの現状と傾向を分析していくとともに、「キャラゲー」には何が求められているのか、ということを考えていきたい。

ゲーム批評にひとこと

今回の特集記事は個人的に大当たりですね。やはり好きな企画等があると嬉しいです。（秋田県　極東第3帝国）

キャラゲーの古典

マンガ・アニメ・小説もの

最も一般的なキャラゲーとして認知されているのが、この「マンガや小説、アニメを原作とし、原作のストーリーや設定、世界観をゲームに表現した」タイプだろう。昨今はゲームの表現能力も上がり、まさに好きなキャラクターを自分の思いどおりに動かすこともできるようになった。そのため、一般的には人気ジャンルであるRPGよりも、バトルものを表現するアクション、「ifの世界」を楽しむためのシミュレーションが目立っている。これらを個別に見ていこう。

●アクションゲーム

「はじめの一歩」「ドラゴンボール」「NARUTO」など、原作に対戦要素があるものは、アクション（スポーツ）ゲームとして作りやすい。キャラクター性能差も原作に書かれていることが多く、ファンであれば一度は自分の手で対戦させてみたいと思うタイプである。ただ、お手軽なだけにシステムの良しあしに評価は左右される。著名なのは『幽遊白書〜魔強統一戦〜』（メガドライブ）だろうか。当時からキャラゲーとは思えない出来と評判だった。昨今パチスロに使われたことで人気が再燃している「北斗の拳」も、アーケード版の稼働が予定されている。『ギルティギア』シリーズでおなじみのアークシステムワークスということで、こちらも期待したい。

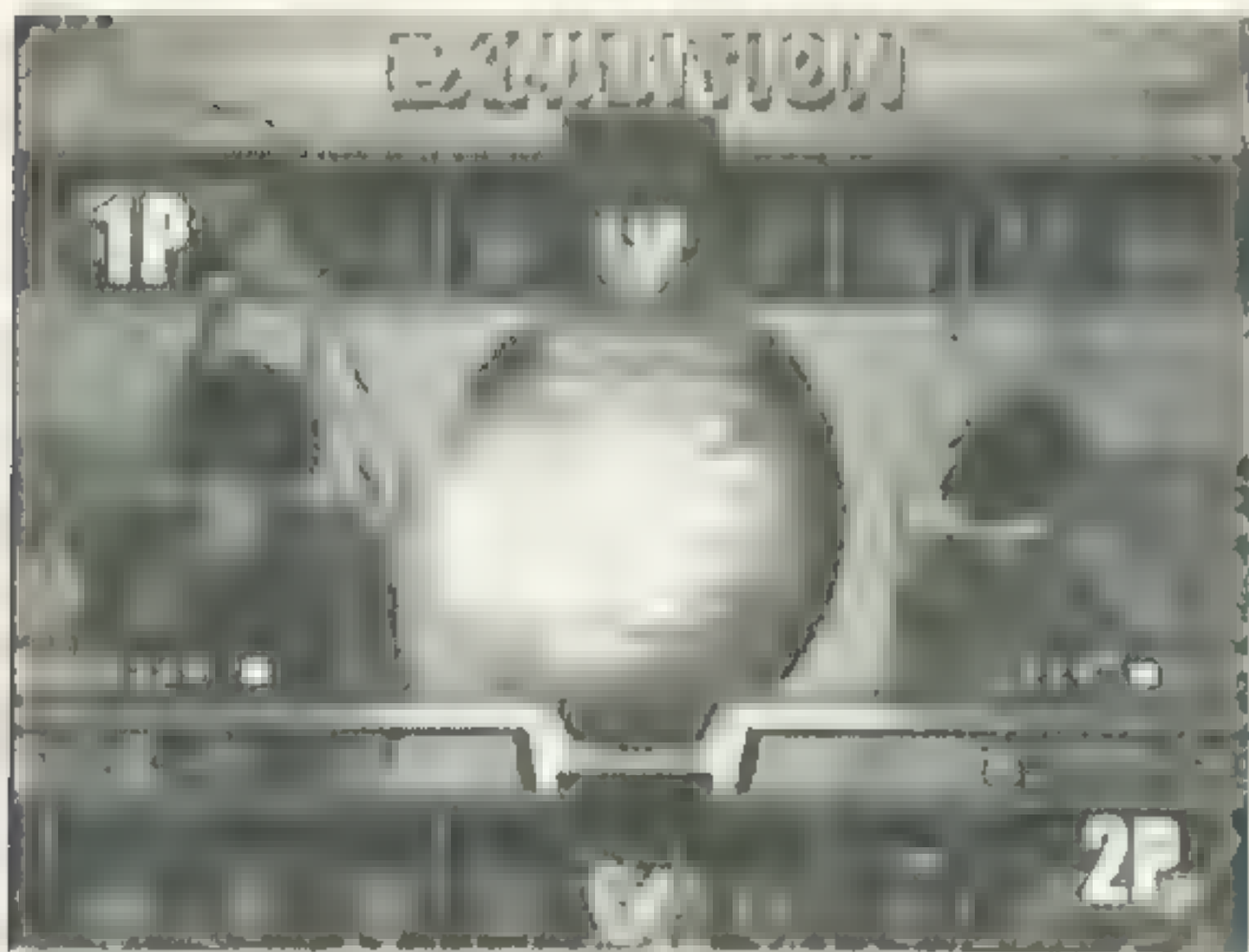
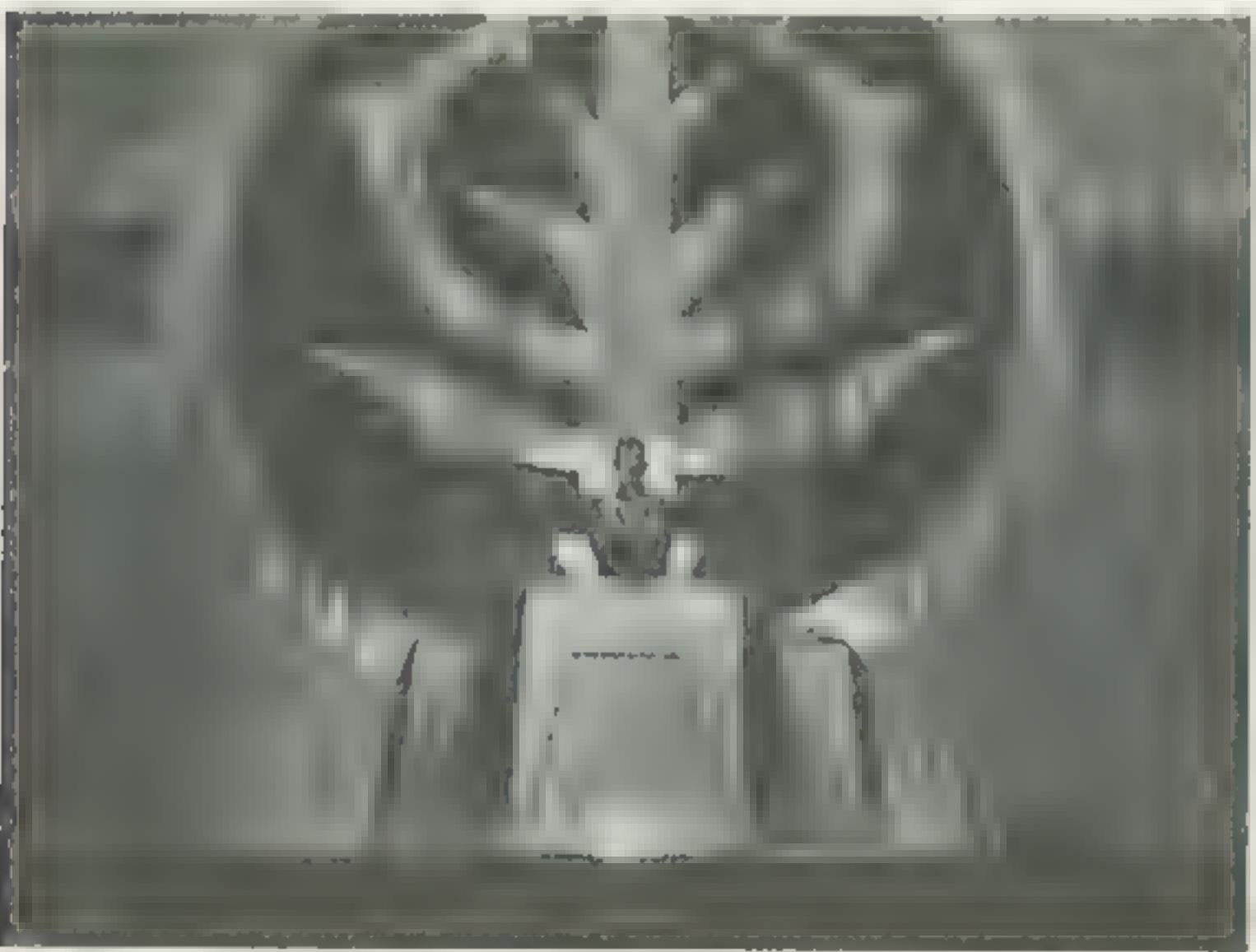
●シミュレーションゲーム

アクションゲームよりはストーリーを重視し、プレイヤーが「自分だったらこう進めたい」という欲求が出てくる原作に見られる形である。「ガンダム」の『ギレンの野望』のように、原作の史実を覆せるようなものもある。純粋にシナリオを楽しむならこれだろう。

また、恋愛シミュレーション系も、プレイヤーが主人公になりきって、原作とは違う異性を落としたり、原作では描かれていないところまで体験したりすることができる。内容の評価には賛否あるだろうが、『いちご100%』や『魔法先生ネギま!』などがある。こちらは、原作のキャラクターをいかに魅力的に描き、ファンが望む要素を取り入れるかが重視されるだろう。

●ロールプレイングゲーム

オリジナルであれば絶大な人気を誇るRPGも、ことキャラゲーとなると数はぐっと減ってしまう。やはり制作に時間がかかるのが難点なだ。原作ありきのキャラゲーの場合、連載やTV放映に合わせたリリースが要求されるため、間に合わせようとするとクオリティが維持できない。

また、RPGでは主人公パーティの人数が限られているケースもあり、せっかくのキャラクターが生かしきれないという問題もあるだろう。そのうえ、ストーリーが原作に忠実だった場合、「だったらわざわざ時間のかかるゲームをやらなくても」という気持ちにもなりがちだ。最近RPG化された作品としては、アニメにもなった小野不由美の「十二国記」がある。

原作にある組み合わせを再現するもよし、夢の一戦を組むもよし

原作にはなかったシーンが見られるのもファンにはうれしい

今だから再現したい！

レトロコンテンツもの

ここ数年、「どうして今これが?」というようなゲームタイトルを見かけると思う。『宇宙戦艦ヤマト』や「鉄人28号」、「ウルトラマン」といったかなり昔懐かしい原作を、今あらためてゲーム化しているものが目につくのだ。

一説によると、最も趣味にお金を落としてくれるのは35歳までの層だという。社会人になり、ある程度の余裕が出てきて、趣味に時間とお金を使うことができる。また、子どもの頃に買えなかったものを「大人買い」してみたり、懐かしいという気持ちでお金を落とすことができるのも、この層の特徴かもしれない。

となると、この「懐かしさ」や「かつてはできなかったことを実現する」意味でキャラクターを使用する場合、そのキャラクターがユーザー層に合致しているかどうかは非常に重要である。

たとえば『鉄人28号』の売上げはパっとしなかった。04年に新作としてアニメ放映があったとはいえ、初代アニメ版は63年である。当時の小学生もすでに40代。すっかり「お金を落とさない層」になってしまっている。

一方、この春に出た『聖闘士星矢』。近年再度放映された点も同じだが、こちらは堅調な数字を残している。アニメ放映が86年であるため、ちょうど当時のファンが30代にかかっており、成功したケースと言えるだろう。

「あれが！」と言われてもピンとくる世代はかなり上のような……

キャラを作る作家に注目

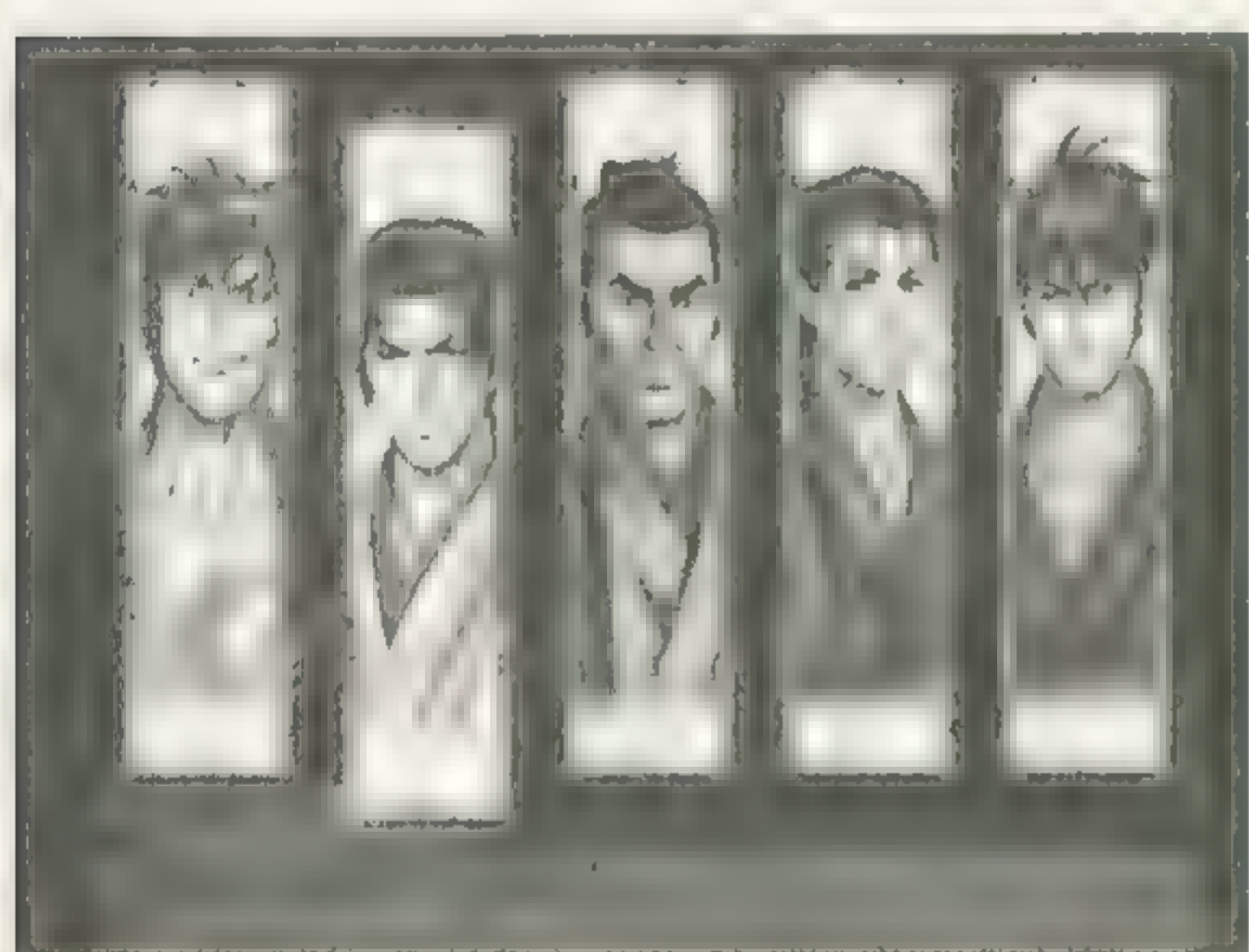
マンガ家もの

ここでいう「マンガ家もの」というのは、特定のキャラクターや原作ではなく、それを描き出す「マンガ家」「イラストレーター」を中心にしたものを指す。

近年これに積極的なのが集英社だ。「るろうに剣心」でヒットを飛ばした和月伸宏氏がキャラクター原案を手がける『新選組群狼伝』や、「ヒカルの碁」「DEATH NOTE」の小畑健氏による『義経紀』（05年発売予定）がその代表である。

マンガ家やイラストレーターをキャラクター原案に起用した例はこれまでも多く、むしろ当たりまえすぎて、めったなことでは話題にもならない。だが、この2作品が従来のものと異なるのは、それぞれの作家のイメージと結び付けたことなのだ。

和月氏の『るろうに剣心』は明治初頭を舞台とした剣客もの。主人公がかつて出会った人物として新選組のメンバーも原作には登場している。今回のゲーム作品と題材が近い。『義経紀』のほうも、小畑氏が作画を手がけた「ヒカルの碁」には、平安時代のキャラクターが出てくるため、和風の雅やかな雰囲気があった。義経の時代も平安末期であり、こちらも近いものがある。

起用する作家のイメージやヒット作を考えて発注する。本人の画力だけでなくその背景までも含めて考える。これもひとつのキャラゲーではないだろうか。

やはり幕末と言えばこの人。いつかマンガも描いてほしいものだ

今考えると「センチメンタルグラフティ」って何だったんだろう。（岡山県　うどん）

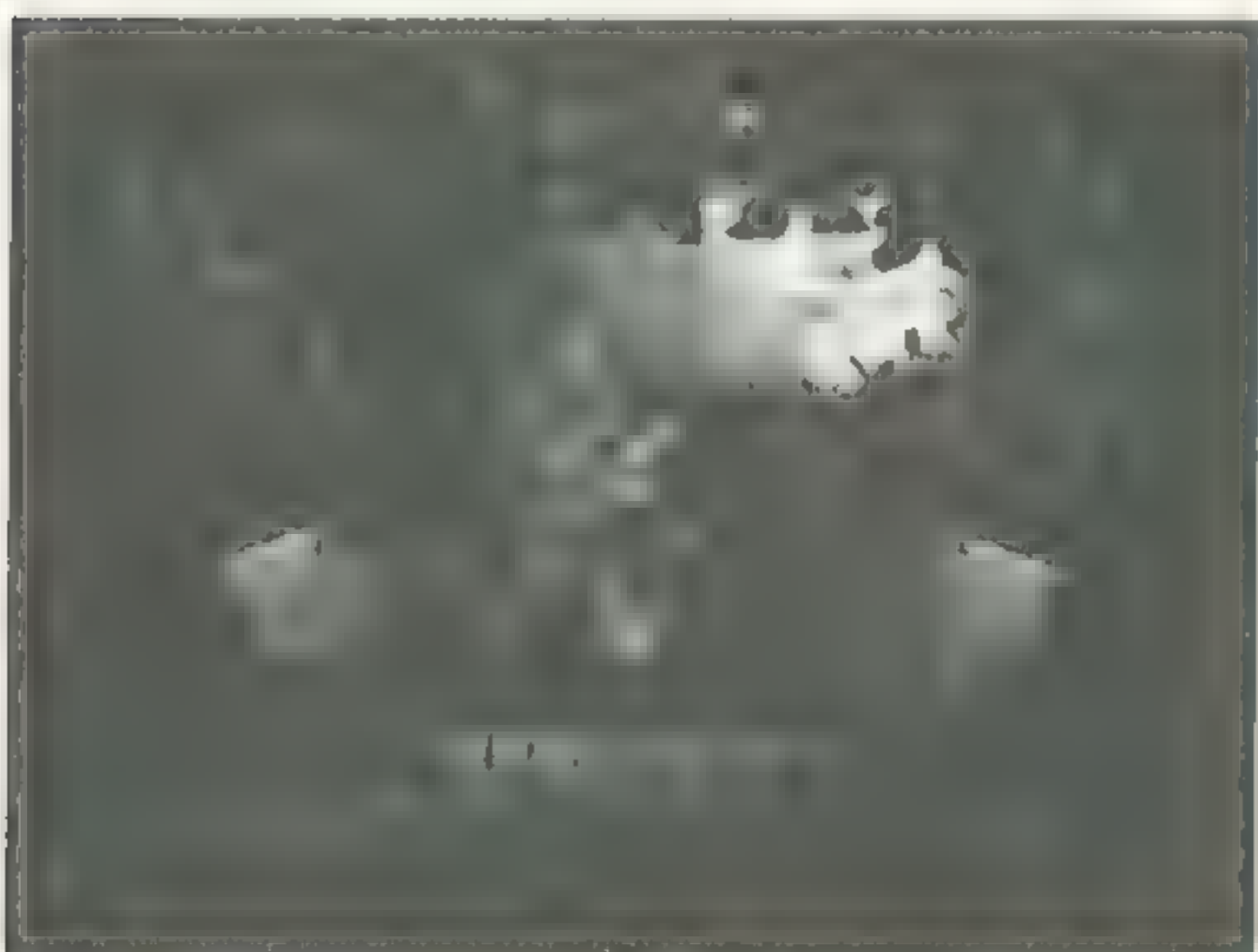
ピンは無理でもこれなら

集合企画もの

既存のキャラクター、その登場作品を単独で使うものばかりがキャラゲーとは限らない。さまざまな事情で「ピン」は難しくとも、いくつかの作品を集めた企画ものとして世に出ることもある。

その最たるものが『スーパーロボット大戦』(以下、『スパロボ』)シリーズだろう。ハードを次々に変え、収録作品やキャラも増やして改良を重ねていく同シリーズは、キャラゲーの王道とも言えるものだ。

これら集合もので重要なのは、収録した作品の扱い方だ。人気のある作品・キャラを優遇して出していくのが普通だが、マイナーな作品に対して手を抜くわけにはいかない。「ガンダム」や「エヴァンゲリオン」クラスならともかく、単独でゲーム化することは難しいような微妙なラインの作品群のファンは、コアなだけに目は厳しく、期待も大きい。すべてが平等にというのは難しいまでも、ないがしろにはしないこと。メインとなるキャラの引き立て役に終始させないことは重要だ。

『スパロボ』シリーズのように、必殺技や主題歌の収録など、データベース的な役割を持たせるのも、集合ものならではの魅力だろう。8月発売予定の『ジャンプスーパースターズ』(DS)では、各作品のコマを合成した画面が出たり、好きなキャラでデッキが組めるなどの仕様が予定されている。こちらの出来も気になるところだ。

お気に入りの作品を設定し、重点的に育てるられる(『スパロボMX』)

これがホントのキャラゲー?

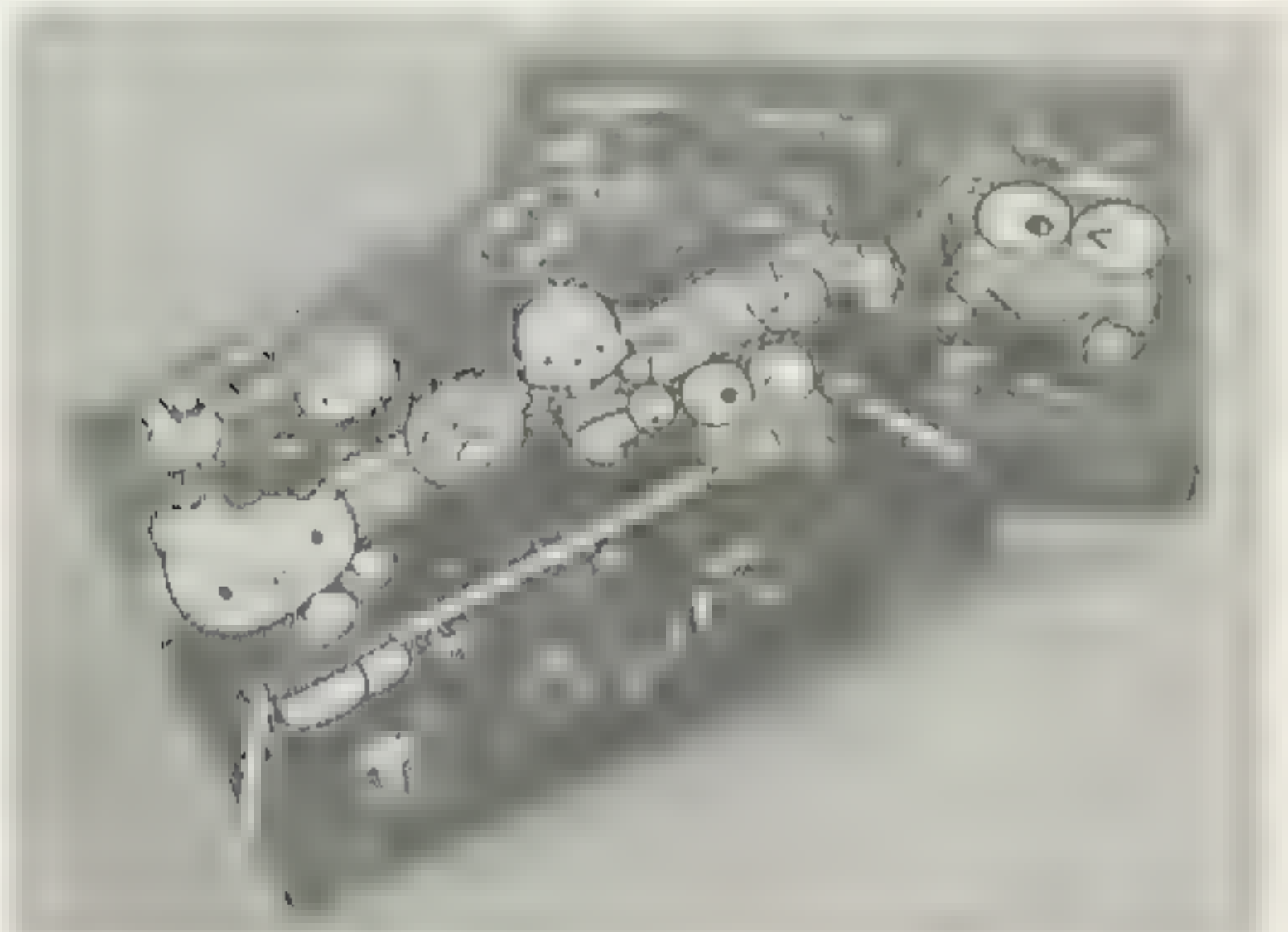
キャラクターもの

さんざんキャラゲーについて語ってきて、ここで「キャラクターもの」とはどういうことか、と思われるかもしれないが、他に言い表しようがないのだから仕方ない。

つまり、原作としてマンガや小説、アニメなどの「ストーリー」がない、まったくの単独「キャラクター」を利用したもの、ということである。

つまり、「リカちゃん」や「ハローキティ」などがそれだ。キティちゃんに明確な原作はない。双子の妹がミミィだとか、ママは元ピアニストだとか、リカちゃんの彼氏はわたる君であるとか、そういった「設定」はあっても、物語はない。あくまでも設定に基づくキャラクターが売りに出されている点では、これを用いたゲームこそが本当の意味での「キャラゲー」にあたるのかもしれない。

この場合、ゲームの中身はシンプルなものが多くなる。原作どおりにとか、原作のサイドストーリーをという展開がやりにくい代わりに、簡単なアクション、またはパズルやテーブルゲームのキャラを、キティちゃんにするだけで魅力がぐんと増す。

現在このシリーズを出しているのがD3パブリッシャーの『SIMPLE1500シリーズ　ハローキティ』である。ブロックくずしやトランプ、イラストパズルなど、確かに同じゲームをやるのならかわいいキャラのほうがいいかもしれない。

ファミコンの頃からキティちゃんのゲームは健在。かわいらしさは変わらない

値段が高い(少しくらいなら広告を入れてもいいのでは)。(鹿児島県　白岩稔一)

プロジェクトペガサスの意義

バンダイとナムコの2社による共同開発というビッグプロジェクトは、どのような経緯のもと推進されたのか。そしてその意義とは。

text by 編集部

異例の2社開発は何を生んだか

従来「ガンダムもの」キャラゲーといえばお約束のようにバンダイが手がけるのが通例だった。しかしそこに飛び込んだ「ナムコとの共同開発」の報。『機動戦士ガンダム　一年戦争』いわゆる〝プロジェクトペガサス〟である。

これまでも実際の開発を外部の企業・ユニットが手がけていたことは多々あっただろうが、それがナムコという業界屈指の大手パブリッシャーとなると、やはり異例のこと。

はたしてこのプロジェクトは、いかなる経緯で誕生し、そして推進されていったのか。ここではバンダイへの書面取材を行い、その気になる制作の舞台裏へ迫ってみる。

初めにプロジェクトありき結果としてのガンダム

Q・まず、「プロジェクトペガサス発足の経緯についてお聞かせください。

A「2年半～3年ほど前のことですが、ナムコ様と「何か共同開発できないか」というお話をしていた際に、先方から「ナムコの技術力を活かした機動戦士ガンダムを作れないか」というご提案があったのがきっかけです」

意外なことだが、そもそも先に共同開発ありきで、両者の強みを最大限に発揮するために「ガンダム」というコンテンツが選ばれたという。では、そもそもなぜナムコとのゲーム共同開発の話が持ち上がったのか。

Q・先日ナムコとの経営統合の発表がありましたが、それが計画に影響を及ぼしたことはありますか？

A「経営統合の決定は共同開発が決まったあとの出来事です。統合の話が具体化し始めた頃はプロジェクトペガサスもすでに進行中でした」

ということで、経営統合が特に大きな影響を及ぼしたということもなさそう。純粋にナムコの技術力、バンダイが持つキャラクターマーチャンとその展開力がきっかけとなったようだ。

画面写真の公開とともに各方面で大反響を呼んだ序盤の名シーン。これもまた共同開発の恩恵

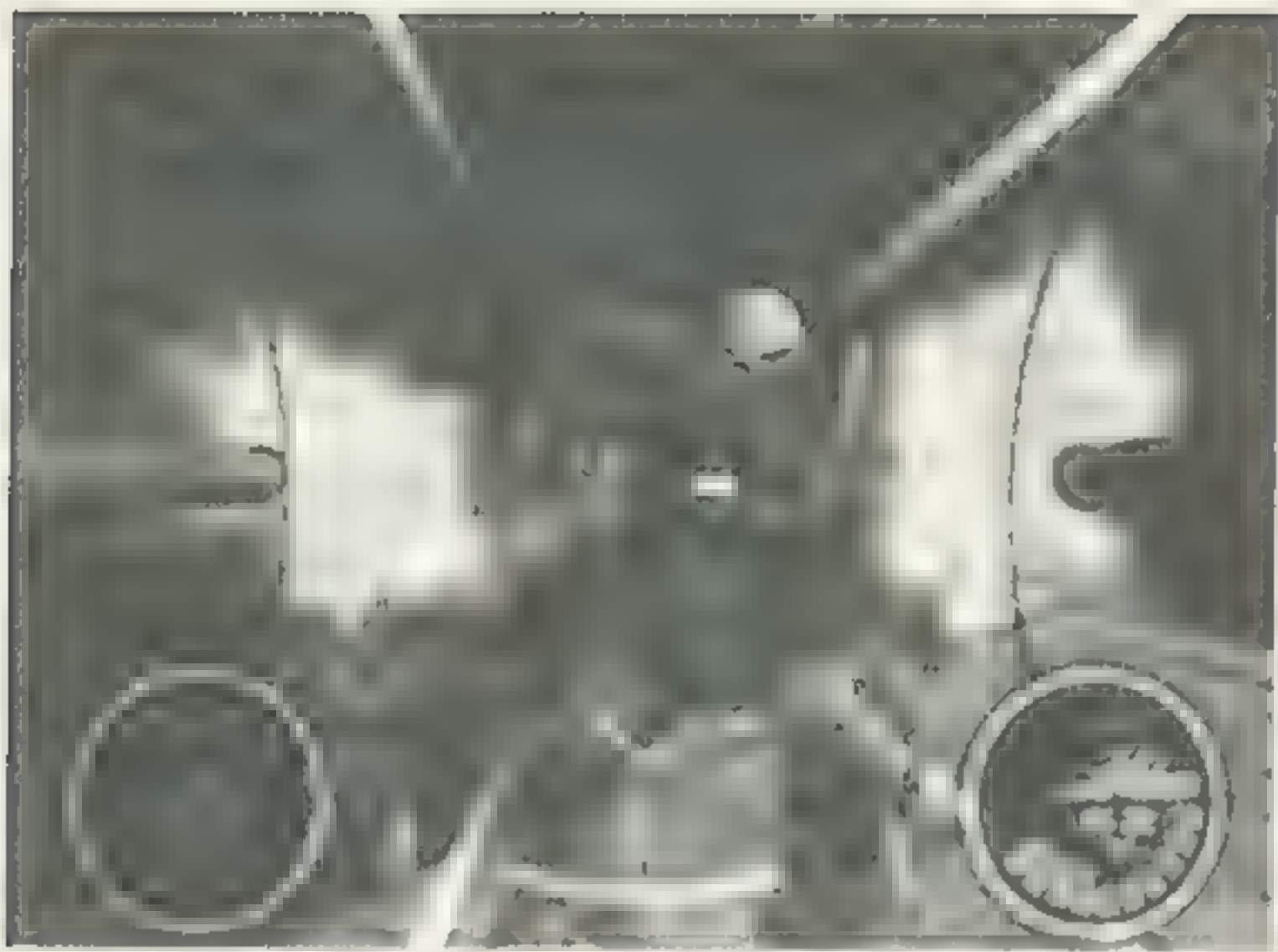
Q・実際の共同開発の現場では、どのような考えのもとに作業を進めていったのでしょうか

A「まずガンダム関連のゲームを作る際は、当社が考えるガンダムという概念を十分に理解していただくための入念な協議が必要となります。それは今回も同様で、ナムコ様だから特別何かが変わった、ということもありません。その上で、ナムコ様からのご提案である〝自由度の高い操作システム〟を中心に進めていきました。具体的には、ナムコ様ならではの技術力に裏打ちされた、ガンダムを実際に操縦しているようなマニュアル操作感覚を活かしつつ、違和感が

なくダイナミックでガンダムらしいモーションを両立させるというもので、そのために何度も打ち合わせを行いました」

つまりパートナーがナムコだったからこそ実現できたという面が大きいようだ。しかし、そもそもなぜそこまでの苦労を重ねてアクションゲームを選択したのか。

Q・これまでもガンダムもののアクションゲームは多数リリースされていますが、今回もまたアクションにした理由は?

A「まず当社としては、ガンダムをゲーム化する場合、アクションが最も適したシステムだと考えております。ただ、過去の作品との重複を避けるため、ナムコ様からのご提案を取り入れつつ、これまでで最も高品質のCGと原作再現度を目指したという形です」

「左舷、弾幕薄いぞ！　何やってんの！」としかられる立場に。確かにここまで再現したゲームはない

やはりガンダムは実際にプレイヤーが動かしてナンボ、ということか。ナムコというメーカーの特徴から考えてみても、『リッジレーサー』や『鉄拳』など、常にアクション性の高いタイトルで業界の開発技術向上をリードしてきた実績があるわけで、そういう意味では適材適所と言える。

A「何と言っても、スケール感のある「ガンダムの世界そのものの再現」が技術的に可能になったのが大きいですね。それはもちろんグラフィックだけのことではなく、精密な物理演算に基づいた上で得られる"現実としてのスケール感"です」

成功しなくても得たものは大きいはず

ガンダムといえば公開間近の「Zガンダム」劇場版が注目を集めているところ。ちょうど時期的にはちょうどいいはずなのだが、なぜあえて「一年戦争」をゲーム化したのか。

A「今回はZガンダムの映画化にはこだわらず、あくまで"ホワイトベース戦記"の集大成の企画と位置づけています。今後もプロジェクトペガサスとしてZガンダムを取り上げるかどうかは未定です」

とのこと。あくまで一年戦争あっての企画なのだ。ガンダムなどのモビルスーツのみならず、"ホワイトベースの左舷機銃手"が体験できたりする異常なまでのこだわりは、まさにその表れ。そもそも、考えてみればプロジェクトペガサスという名称自体がホワイトベースから取られたものであることは明らかなわけで、このコンセプトに基づく限りは一年戦争もののゲームとなるのは自然な流れであろう。

以上のような形で推進されたプロジェクトペガサスだが、実際の売上としては、結論から言うと成功したとは言いがたい。

A「流通面では期待したような売れ行きを見せず残念でした。ただ、実際にプレイされた方からはご好評もいただきました。特に、徹底したリアリティを評価してくださった声が多いのが嬉しかったですね」

ゲーム業界屈指のキラーコンテンツであるガンダムを用いつつも結果を出せなかった事実は、確かに重い。ただ、「今後のガンダムゲーム」を考えた場合、今回得られたノウハウや教訓は大きな価値を持つはずだ。

たとえば、ナムコからの提案という独特の操作システム。左右のアナログスティックで視界と機体の挙動を同時制御しつつ、高品質の映像を維持する、という仕様は、生半可な技術力では実現するのは困難である。難易度の上昇を招いたという面は確かにあるものの、こういった最先端の技術を製品に反映でき、またノウハウとして蓄積できた意味は極めて大きい。これこそまさにナムコとの共同開発でバンダイが得た最大の利益かもしれない。

今後のキャラゲーはどう動く?

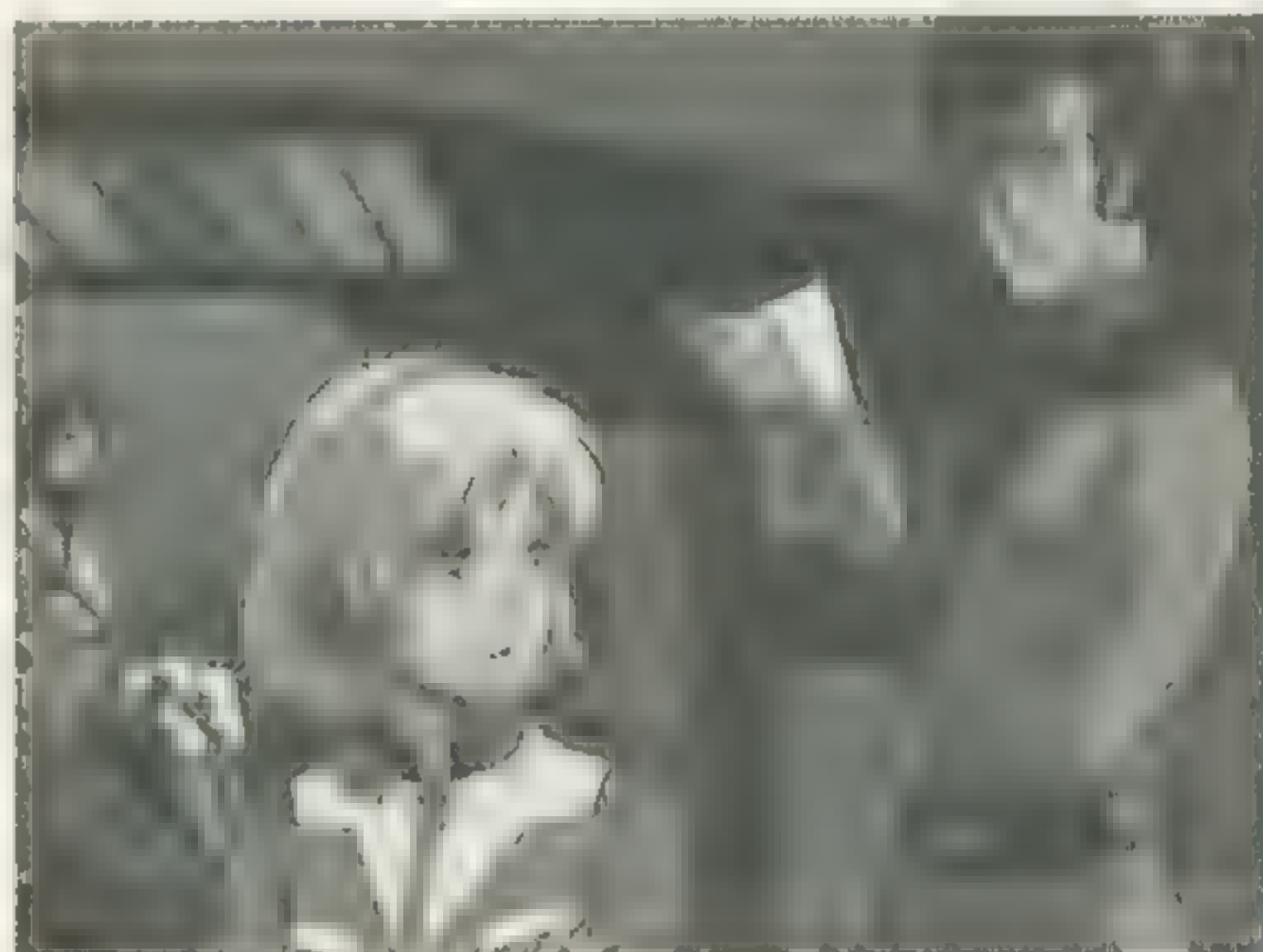
さて、プロジェクトペガサスとし

原田勝彦　おもしろい（静岡県　大石滋）

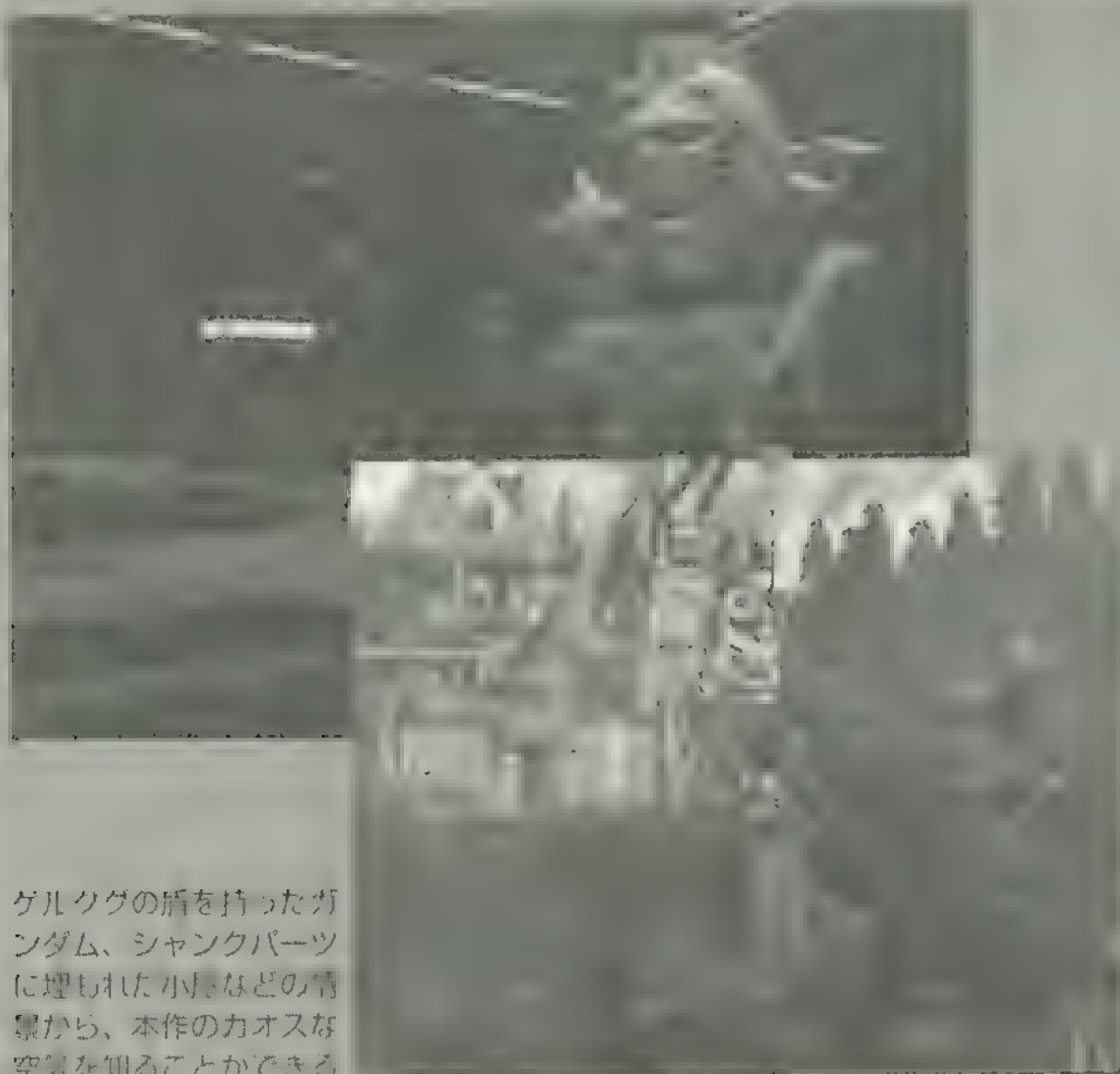
てのバンダイとナムコの共同開発はソフトの発売とともにひと区切りを迎えたわけだが、やはり気になるのは今後の展開。この経験を活かして、バンダイは今後どのようなキャラゲービジネスを進めていくのだろうか。バンダイにはガンダムに限らず、優れたキャラコンテンツがいくつもある。それを今回のプロジェクトと同様の手法で、あるいはまったく違った展開でゲーム化していく予定はあるのか。

その辺りについては「今のところ未定」とのことだが、下で紹介する『ガンダム　トゥルーオデッセイ』のように、原作の枠にとらわれないガンダムものゲームが発表されていることからも、従来は考えられなかったような企画が随時発表されるものと期待してよさそうだ。

また、今回はゲームだけにとどまらず、バンダイが展開するプラモデルに反映させる試み（詳細は左ページ参照）も行っているが、こうしたゲーム以外の商品展開についても「プラモデルに限らず他業種であっても、そういった展開を希望する申し入れがあれば前向きに検討していきたい」と、積極的な姿勢を見せている。

魅力的なキャラクターと秀逸なゲームシステムの融合――それこそキャラゲーにおける理想の環境であろう。もちろんすべてのゲームメーカー、版権元に可能なことではない。プロジェクトペガサスの達成は単なる幸運な例なのかもしれない。しかし今後のキャラゲーのあり方を占う貴重なサンプルとしての価値は、確かにある。

ゲームのために書き起こされた新規カットも随所に。やはりファンを喜ばせてこそのキャラゲーである

『ガンダム　トゥルーオデッセイ』はこんなゲーム

従来の「ガンダム」世界とはまったく異なる別の舞台設定で展開するRPG。基本的にガンダムから継承している要素はモビルスーツくらいで、物語も主人公トラッシュと仲間の成長を描く王道的なもの。プロジェクトペガサスとは直接の関係はないが、バンダイとキャラゲーのかかわりを考察する際には欠かせなくなってくるはず。

ゲルググの盾を持ったガンダム、シャンクパーツに埋もれた小屋などの情景から、本作のカオスな空気を知ることができる

SCEを思いっきり切ってください。（群馬県　べにいた）

ゲームからプラモに これがMGガンダムの最新形！

ゲーム中の設定をプラモデルに逆輸入し、精細なモールドと各部可動ポイントを随所に追加。マスターグレードというバンダイのブランドの範囲内で可能な限りのクオリティを追求したのがこの「RX-78-2ガンダム Ver.ONE YEAR WAR 0079」だ。一部ではこのプラモから興味を持ってゲームも購入した、という人もいるとか。また、時期を同じくしてシャア専用ゲルググ、ドム、グフ、ザクIIの各MGモデルも、ゲームの設定に合わせた成型色で再リリース。こちらもジオン派を中心に好評を博している。

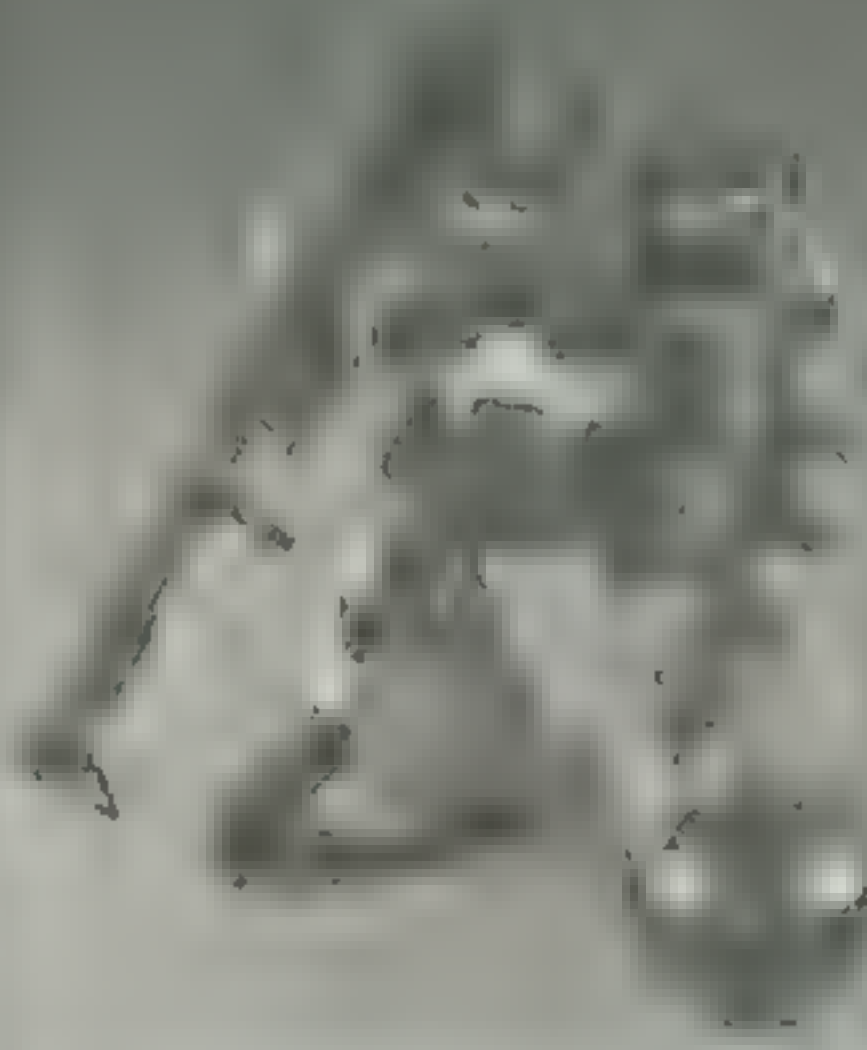
基となったのはMGガンダムver.1.5だが、自然なひざ立ち姿勢を可能とする新規設計の膝関節フレームや、接地性を向上させた足など、無数の改修が加えられた「ほとんど別物」のモデルとなっている

ジオン原理主義者もこれで安心

くろねこジジさんも同意してくれたので、ＰＳ２版『バイオ４』が発売される時にぜひともも「独占供給じゃなかったんかい？」という記事をお願いします。（埼玉県　シェンムーIIIを待つ者）

制作サイドから見るキャラクター展開

最近ではキャラクター展開のないゲームのほうが少なくなっている。その理由とははたして何なのか。最近積極的にキャラクターを活用しているナムコに直撃。

text by Alexander服部

キャラクターの意味合い

ひと口にキャラクターと言っても、版権ものと呼ばれるものからオリジナルキャラクターまでと範囲が広い。マンガのキャラクターを使うことだけがキャラクタービジネスではなくなっているのだ。『ストⅡ』の春麗もキャラクターだし、『KOF』の京もキャラクターだ。では、どうしてそうなってしまったのか　だけの存在が次第に大きなキャラクターに成長する。これは格闘ゲームなどのように「感情移入」を行うものに多い傾向だ。そういったケースでは、メーカーとしては登場人物たちをキャラクターとして成長させるために、ゲームで活用するケースが多い。この結果、『ポケモン』や『ロックマン』のようにテレビアニメ化されたものもある。

これらと別の形でキャラクターと呼ばれてきたものは版権もの。つまりマンガやアニメなどですでに人気のあるものをゲームに持ってくる手法だ。こちらに関しては、正直なところあまりゲームとしてうまくいったものがない。もともとのキャラクターのインパクトが強いだけにゲームとしてのアレンジが難しいのだろう。今回の話ではこちらの「キャラクターもの」に関しては割愛する。ここではあくまでも「メーカーが生み出したキャラクター」に関して話を進めていきたい。

メーカーのキャラクター利用法

キャラクタービジネスではなく、純粋にゲーム制作に関してのキャラクターについてナムコに質問状を送った。その中で、キャラクターを使用することを前提とした企画を立てるのか、それともゲームありきであとからキャラクターを当てはめてみるのか、と言う部分を率直に質問したところ

「『デス バイ ディグリーズ』は、『鉄拳』フランチャイズの水平展開と新作のアクションアドベンチャーの開発を同時に考えていました」

との回答を頂いた。これは率直な意見だろう。もちろんゲームありきで考えるのが開発なのだが、キャラクターがあるなら利用するという営業的な展開を無視するのは得策ではない。そして注目しなければならないのが、『鉄拳』フランチャイズという単語だ。すでに『鉄拳』の登場人物達はキャラクターとしての個性とファンを持っている。そして、メーカーであるナムコは育ててきた自負と、その価値に気がついている。だからこそキャラクターとしての価値を高めるための方法論を考えることも可能なのだ。

新しい商品（ゲーム）で育ててきたキャラクターを使用する。このことでキャラクターのさらなる成長を狙い、かつ過去のキャラクターを知るユーザーに対して安心感を与える。普通に新しいゲームを発売するよりも、会社としてはリスクが少なく、リターンもそれなりに狙うことができる手段と言ってもよいだろう。他の質問の答えからも同様の結論を導き出すことができる。

Q：既存キャラクターの使用は主

今回の「PSP・NDS特集」は、久々に読み応えがあって面白かった。買ってよかった。『ゲーム批評』はこうでなくっちゃ！（長野県　カメ太郎）

に売上を上げるための方法論のひとつだと思いますが、効果は高いと思われますか。

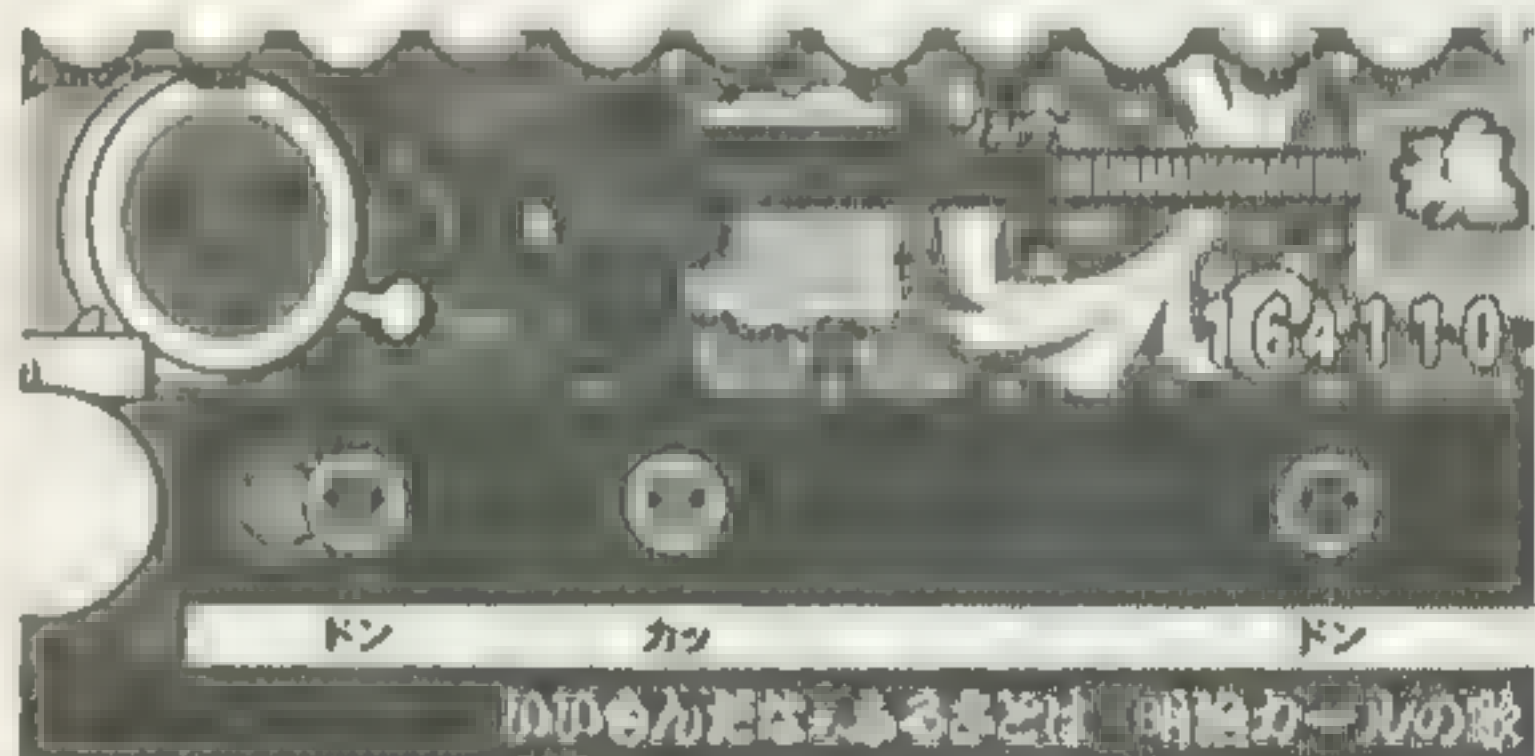
A：過去の事例としては、効果が高いと考えて開発に着手したケースが多いと思います。ケースバイケースですが、キャラクターの水平展開によって、オリジナル版の認知度も上げていくという効果を期待する場合もあります。

まさに相乗効果、シナジー効果と世間が言っているものにほかならない。誤解のないようにもう一度言っておくが、キャラクターを使用するのではなく、キャラクターを育てるためというのがポイントだ。これが本来のキャラクタービジネスというものだし、ナムコはそこをしっかりと理解している。キャラクターとは元来育てていかなければならないものだ。だからこそタイトルの連発はできないということを理解しているメーカーは少ない。実際にうまくいっているかどうかはユーザーが判断する問題だが、この姿勢は非常に大事だ。わかっていないメーカーが行う「キャラクターの安売り」はすぐに目につく。

『鉄拳』からピン立ちして『デス バイ ディグリーズ』の主役となったニーナ。キャラの価値を活かしている

もうひとつの理由

メーカーサイドがキャラクターを使う理由としては、キャラクターを優良コンテンツとして育てるためという側面は確かに大きい。しかし、それ以上に重要な問題もある。それはユーザーサイドの意識だ。

前述しているが、質問の内容で、売上に効果があるかどうかも聞いているのだが、これに対してはハッキリと「効果が高いと考えて開発に着手したケースが多いと思います」と答えている。つまり、有料コンテンツになったキャラクターは売上につながるのだ。このからくりは簡単で、ユーザーサイドが「なじみのあるキャラクターだから」といった安心感を持つことができるからだ。日本人であればブランドイメージで『ドラクエ』だから、という理由でゲームを購入する人が多い。これと同じことだ。キャラクターの育っていない商品では売れない時代になってきているのだ。特にゲーム業界は不景気だ。ブランディングを行っていないパッと出の商品を悩まずに購入するようなユーザーは減少している。だからこそメーカーはキャラクターを育てる必要に駆られているとも言える。

「和田どん＆かつ」という看板キャラを生み出した「太鼓の達人」

こうなってくると「卵が先か鶏が先か」といった感じだが、現実問題としてユーザーが求めてしまっているからこそのキャラクター展開になっている。この流れは言わば必然。善も悪もない。ただ、ナムコのように育てる行為をしっかりと行っている会社があるのは事実だ。キャラクターゲームの功罪を問うのであれば、育てることなく利用しているメーカーの作品に限られるだろう。そんなメーカーは存在していないことを祈りたいのはゲーム関係者だけではなく、ユーザーの立場からしても同様ではないだろうか？

今後の流れ

今後の流れに関しては、加速するとしか言いようがない。

Q：どのようなゲームにキャラクターが必要だと考えていますか？

ゲーム批評にひとこと
今号はXBOXのソフトが多くてよかったです。今後もゲーム批評には、日陰の部分に光を当ててほしいです。（岡山県 RYO）

特に既存のキャラクターを使用するゲームのジャンルに関してお願いします。

A：アクションアドベンチャー、RPGといったストーリー性が必要とされるジャンルを重視しています。しかし、『太鼓の達人』シリーズや『塊魂』シリーズのようなアクションにも、キャラクターの存在が製品力のひとつとなっているものも多く、今日ではジャンルを限定することは難しいと考えます。

これが結論に近い。ナムコほどの開発力のある会社をもってしても、キャラクター抜きのゲームを作ることは難しいと認めている。ジャンルを限定できないということは、すべてのジャンルに必要だと逆説的に述べているようなものだからだ。つまり今後もゲームの主人公たち、キャラクターは重要視され続けるし、良くできたキャラクターはゲームの世界を飛び出したり、ほかのゲームキャラなどとクロスオーバーすることも増えてくると言うことになる。

ビジネスとして

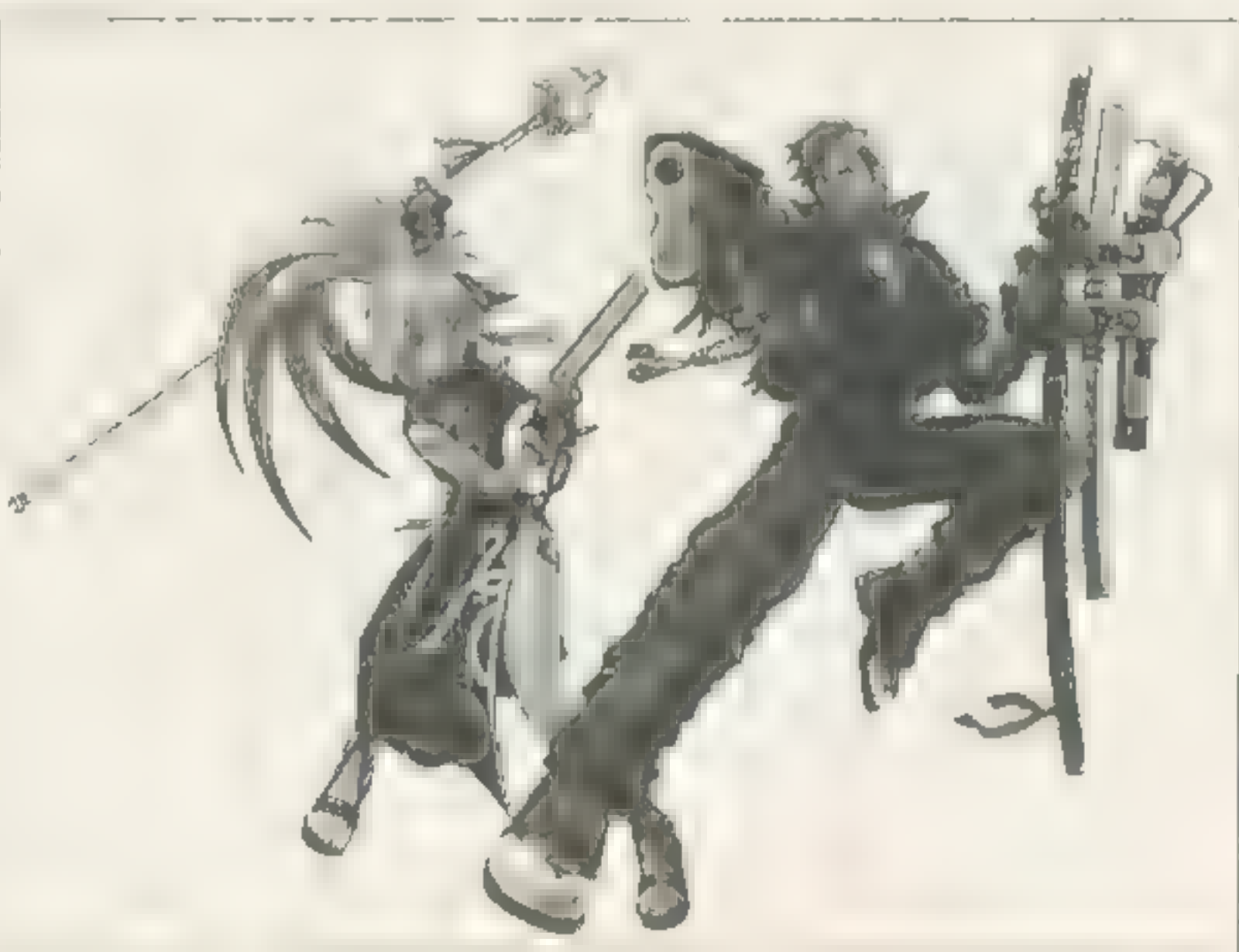
Q：他社とのキャラクターによるコラボレーションという形態はキャラクタービジネスという観点から、どのようなお考えのもとに実行されたものなのでしょうか。また、これまでのビジネス方針とはまったく違ったものなのでしょうか。

A：長い歴史も弊社のアドバンテージと考えておりますので、ブランドイメージの向上にも資すると思います。そのためには、有力なキャラクターを多数お持ちのカプコンさんとのコラボレーションが最適であるという考えに至りました。以前より、キャラクターの多角的な展開と、ゲーム製品以外へのビジネス展開を企図しておりますので、その一環でもあります。

ナムコが進める多角的キャラクター展開の先駆けとなる「ナムコ クロス カプコン」

これは『ナムコ クロス カプコン』に関しての質問に対する回答だ。長い歴史は財産であり、新しいものを生み出すことに匹敵するだけの力になる。そのキャラクターに頼り切ってしまうのはゲーム産業としては好ましくない方向だが、ゲーム以外のビジネスまで考えながら新しさを提供することまで考える。キャラクターゲームと呼ばれるものも、そろそろこのステージに到達しなければいけないだろう。ゲームを売るためのキャラクターではなく、ゲーム以外でも活用できるキャラクター作り。これが現場に求められている。

われわれゲームファンにとって嬉しい流れなのかどうかはわからないが、この潮流を止めることはできない。

キャラクターに個性が必要かどうかの論議は無意味だ。すべて売上が決める。たとえゲームを愛していない人々がキャラクターの力のみでゲームを購入したとしても、それは売り上げの数字になる。逆に良いゲームでも売れなければ話にならない。つまりキャラクタービジネスを受け入れるかどうかは、われわれユーザーのチョイスなのだ。

「ナムコ クロス カプコン」オリジナルのキャラも。今後他の作品に登場することもあるかも

きびしい意見もありますが、以前に比べてそんなにつまらないとは思いません。がんばってください。（岩手県　くまっ太）

同人ゲームの可能性と限界

究極のキャラクターゲームとは何か。受け取り手、顧客にとっては、そのキャラクターでやりたいゲームそのもの。しかし、それを商業ベースで具現化するのはかなりの困難を伴う。

text by 橋本和明

市販されるキャラクターゲームの限界

市販されるキャラクターゲームは、少し前の、どうしようもないゲームが少しでも売れるようにキャラクター版権をつけて世に出す、という感覚から、きちんとキャラクターにあわせたゲームを作るようになってきて、だいぶ状況は変わってきているけれど、まだまだ究極と呼ばれるものを作るのは難しいジャンルだ。

作り手は、いくら顧客のニーズを考えているからといっても完全にそのキャラクターのファンであるとは限らないし、仮に全員がファンだとしても、制作は集団作業であるが故に、一人の意見がそのまま取り入れられることはない。その調整のために制作者同士の意見の衝突が行われる過程で、ファンらしさは失われていく。

さらに、一人ががんばったって、その周りにいる人間ががんばってくれないと完成度が上がらないのが現実。その完成度を手っ取り早く高めるには、お金を用意することが重要なこととなる。結果、納期や予算などの関係でも、キャラクターゲームは良いものが作りにくくなる。

また、版権もののゲームを作る場合、何よりまず版権者の意向を汲まなければならない、という問題がある。いくら制作者が「こんなものを作りたい」と言っても、版権者がうんと言わなければ作り出すことすら許されないのだ。

では、たとえば自分にとって最高のゲームを作るにはどうしたらよいだろうか。まず制作する人数は少ないほうがいい。そして、一人ひとりが「良い」と思えるものを作ればいい。となると、作業を行う人を中心にして、他人の意見は取り込まれないほうが出来はよくなることが多い。だったらどうするか。一人で作ればいいのだ。仕事ならば納期があるが、一人であれば納期はない。作りたいだけ作り込むことができる。

そのような活動を行うならば、同人でやるのがベストだ。同人活動とは、自分の欲しいものを具現化すること、たとえばキャラクターものへの愛情をもって同人の原動力とするならば、キャラクターを自分たちの好きなように動かすことだ。その結果は本であり、ソフトであり、コスプレであり。さまざまな形をしているが、まあ大筋は、ファンのファンによる何か、ということになるだろう。

同人ソフトならキャラクターゲームを自由に作れる……が

そこに現れる同人ソフト。初期の同人ソフトはCG集であったり、ショートプログラムなど、未完成品やテスト的なものが多かったが、今やそのようなものではお客さんが満足してくれないことから、近年は市販のPCゲームが鳴りを潜めている間に、市販ソフトを超えるものが数多く登場してきた。

本来版権の絡んだキャラクターゲームは版権元、著作権者の許可が必要となる。しかし同人ソフトの場合はちょっと違うのが現状。同人の世界はその長い歴史の中で、たとえばそれが版権者の意図する内容でなくても、「まあ、ある意味ファンの戯れ」と、お目こぼしされてきて、それが半ば慣例とな

噂では聞いていたが、本誌でゲートキーパーのことをキチンと知っておどろいた。今後も、こういう記事をどんどん載せてもらいたい。（埼玉県　もいもい）

っている。つまり、同人ソフトならば自分が一番作りたいものを、作りたいだけ時間をかけて、好きなように作り上げ、さらに販売することが（同人というフィールド限定とはいえ）可能となるのだ。

しかし、同人業界は、今そのような自由な状態がいわば奇跡的に存在しているにもかかわらず、そういった本来的な意味においてはあまり機能していないように見える。PCゲームが衰退すれば、それを求めるユーザーによって同人PCゲームが増えてくるのは当然の道理であり、何より「ないから作る」が同人のスピリッツなハズなのに、あるのはお金目当てのソフトばかり。

同人から版権元へフィードバックされた例。サイト上で事の経緯をおおよそ把握できる

たとえば市販ソフトのような制作ラインをもって、面白くもないゲームを作ってみたり。単純に「版権が勝手に使えてラッキー」と、ただただキャラクターを陵辱したり、「人気キャラだからこいつのスクリーンセーバーをつくればがっぽがっぽ」みたいに志の低いものまで。最近は同人ソフトで人気を博し、市販ソフトになるようなサクセスストーリー的な流れがいくつか出てきたので、「その後続について俺もサクセスするぞ」みたいな雰囲気がぷんぷんにおうオリジナルもの。それだけならばまだ同人らしくもあるが、やはり何か違う。

同人からオフィシャルへ新しい動き

せっかく版権キャラを使うのならば、自分が欲しい「キャラクターゲーム」をしっかり作るのが、一番同人らしい活動方法ではないか。同じサクセスストーリーならば、そういう形で作られた同人ソフトが、版権元の目に留まり、オリジナルソフトとして発売されるような形が正しき姿ではないだろうか。そう思っていた昨今、まさにそのようなサクセスストーリーが現実化しようとしていた。某有名ネットワークゲームを、横スクロールアクションゲームとして作る、というものだ。

最初はただ同人作品として動画だけが作られ、こんなものがあったら楽しいよね、程度の盛り上がりだった。しかしその動画が版権上の目に留まり、オフィシャルとして開発されることになったのだ。

だがこの制作を担当したサークルは、近年アーケードゲームなどのソフトも作っているソフトハウスそのものなため、開発費はどうなるのか、というような事情はネットなどにはまったく出回らぬ大人の進行が続き、結果、同人ソフトでのリリースという結果になってしまった。

やはりファンの情熱的な意識と、商業的な仕事の意識とではかみ合わないのだろうか。それとも単なる大人の事情か。ファーストケースなだけにうまくいってほしかったけれど、かくしてそのゲームは、オンラインにこそならなかったものの、ほぼ理想どおりに完成し「ああこれは市販ソフトじゃそうそう許されないかしら」という、よい形での同人ソフトらしい出来になっていた。

しかし、もしこのゲームが市販ソフトであったならばここまで注目されただろうか。PCソフトを普通に出しても、さほど売上のあがらないPCソフト業界。もしかしたら、結果的に同人ソフトとして発売されたのは、注目されさえすれば爆発的な本数が販売される同人ソフトという形態が、一番利益が得られるからではないか。

市販ソフトと同じくらいの販売力をもった同人ソフト業界は、今もなお、版権、キャラクターという柵にとらわれない。この土壌を利用し、市販ソフト化を試みたり、好きなものをつくったりすることは、今のところ良い傾向だが、それを利用し、商業ソフトに近いものが市場に氾濫する状況にだけはなってほしくない。

第2特集 総論

キャラゲーの未来

ゲームという作品内のみにとどまらず、企業のブランドイメージに大きな影響を及ぼすようになってきたキャラクター資産。故に総合的な視野での活用が必須となってくる。

text by Alexander服部

キャラクターという存在感

「character」という英単語には特徴という意味だけではなく、調和という意味もある。これがゲームの制作現場では最も重要視されている。主人公ではなくキャラクター。だからこそ登場人物には個性が必要とされ、ストーリーとのマッチングも重要になってくる。人気のあるキャラクターだからといって安売りするのではなく、世界観との調和も必要とされる。それでいてキャラクターの持つ商品価値を下げることなく、むしろ引き上げる努力すら必要になるのだ。そう考えるとゲームの本質である「遊ぶ」という部分よりも、映画やマンガなどにある「主人公たちの特別化」に近い。

現在のゲームは単純なアクションゲームである『太鼓の達人』や、シューティングゲームなどにまでキャラクタービジネスの方法論を持ち込んでいる。ひと昔前のシューティングゲームであれば、登場人物という概念そのものが存在していなかったことを考えると隔世の感がある。これもユーザーを増やすための努力であり、開発を継続するための方法論。メーカーサイドからして「キャラクターを多用するゲームのジャンルは、すでに特定することすら難しい」と言っている。これが現在のゲームメーカーの本音であり、スタンスになっている。つまり売上のためには「素晴らしいゲーム性」だけではなく、「魅力的な登場人物たち」といったファクターが必須になったのだ。

時代の潮流

過去の話と比較すれば、日本で最も多くの人が遊んでいるシリーズ『ファイナルファンタジー』と『ドラゴンクエスト』の二つを挙げておきたい。どちらも過去の作品では登場人物たちは前記のような意味でのキャラクターではなく、基本的な個性や性格というものを持っていなかった。これはロールプレイングゲームというジャンルが、その名のとおり「役を演じる」ゲームだからこそ主人公たちの個性をなくしているのだ。当時のプレイヤーは本当に自分たちが戦い、謎を解くような感覚で遊んでいた。一方、どちらのタイトルにも最近では主人公たちが声を出し、感情を発露させている。最近のゲームの風潮として自ら世界に入り込んで遊ぶのではなく、映画や小説の登場人物を操るという感覚に近いだろう。

昔のゲームが自分からエンターテイメントを楽しむ能動的ロールプレイングだとすれば、最近のタイトルは与えられるものを理解する受動的ムービーゲームと言えるかもしれない。この傾向はメーカーが主導したのか、ユーザー気質の変化が理由なのかはハッキリしない。ただ、間違いなくわかっていることは「受動的なゲームでなければ売れない」現状ではないだろうか。そこにプレイヤーの想像力が介在する余地はなく、実際にゲームキャラクターの大半が個性を持ちしゃべり出してしまっている状況である。この手のゲームが増えてくれば、RPGに限らずア

クションゲームをはじめとしてシューティングゲームなどにも自然と影響は出てくる。
　その原因はうがった見方をすれば、キャラクターさえしっかりしていれば売れるんじゃないか？と誤解するメーカーかもしれない。映画のようなゲームを求める人間が、遊びたいゲームを求める人間を上回った市場にも責任があるかもしれないし、現状の流れに乗るメーカーがあまりにも増えたことに責任があるかもしれない。ともかく、これが今のゲームを取り巻く環境だ。

今後の〝登場人物〟たち

　今はキャラクタービジネスの爛熟期と言っていいだろう。その証拠にボードゲームタイプであっても過去のロールプレイングゲームのキャラクター達の知名度を利用しようとしているのだから。本来はプレイヤーたちの名称を使用する程度だったボードゲームタイプですらキャラクターを使用しての売上をもくろむほどなのだから、ゲーム業界がいかにキャラクターに依存しているかよくわかる。毎年新しい数字をつけて登場する格闘ゲームも同様だろう。
　この流れは加速するのか？　推測が許されるのであれば、差別化が進むと予想する。マルチプラットフォームではないが、さまざまな分野で活躍できるキャラクターはゲームの世界を飛び出してくる。過去のゲームではそれほどここまでのパワーを持ったものは多くなかった。しかし、今後はメーカーが「育てる」ことを今まで以上に意識してくることで、ジャンルを飛び越えてくる優良キャラクターが増えてくる。
　一方でキャラクターの安売りを行う会社は手詰まりに陥る。キャラクターというものはむやみやたらに使用すれば価値が下がってしまう。特にストリートファイターのリュウやケンのように、登場している格闘ゲームの数が両手で足りないキャラクターに関しては、安心感こそあれ新鮮さは皆無。むしろ、彼らが登場することがすでに「付加価値」になっていない。これでは新しいキャラクターだけでゲームを作ったほうが新鮮さもあり、評判にもなるだろう。こういった二極分化は間違いなく加速する。
　折しもマイクロソフト、ソニー、任天堂の3社が新しいハードウェアを発表した。新しい舞台では完全に新規のキャラクターで勝負することは厳しいものがあるだろう。任天堂のマリオ戦略のように、ユーザーに安心感を与える「キャラクターそのものがブランド」と言えるキラーコンテンツを用意したいのが各社の思惑だ。問題は任天堂のマリオのように気の遠くなるような時間をかけてキャラクターを育てることができている会社がどれだけあるかということだ。ブランド勝負ができないのであれば新鮮さで勝負しないことには話にならない。メーカーが意識しなくてもゲーム業界には○○商戦というものがあり、ほとんどのタイトルが同時期に発売される。そこでキャラクター勝負するのか、それとも新鮮な主人公やゲームを作り出して勝負するのか。それだけの話だ。われわれはよそさまとは関係ない、なんてのんきなことを言える時代でもないことはメーカーが一番よくわかっているのだから。
　わかっていることは、勝負に負けたメーカーは消えるということ。ソニーの新世代機（通称PS3）では開発費が3～10億と言われている。勝負に負けてしまえば回収は不可能。ゲーム開発はすでに「ゲーム作り」とは言えない時代だ。大きな金額が動くビジネスである。そこでキャラクターという材料がある。生かすも殺すもメーカー次第。しかし、昔のようにゲームさえしっかりしていれば良い時代ではないだけに、キャラクターの持つ意味合いは大きくなっている。ブランディングをしっかり行い、キャラクターとユーザーを大事にできる会社だけが生き残る。このシビアな競争だけが現実だ。キャラクターはあくまでもひとつのファクターにすぎない時代に突入してしまっている。

ゲーセン通い歴25年にして元ゲーセン店長の筆者が、
ゲーセン業界のウラオモテへとアナタを誘う！

ただいま営業中

第03回
メダルゲーム概説

Written by 鴫原 盛之

子どもからお年寄りまで、現在でも幅広い年齢層に支持され続けるメダルゲーム。昔はスロットマシンやビンゴゲーム、あるいはプッシャー（フィールド上のメダルを押し出して遊ぶもの）などが定番でしたが、近年はソフト、ハードの両面において急激な進化を遂げており、筆者も少なからず注目しています。

RPGまでもが登場！多様化するメダルゲーム

うまくいけばメダルが増えて長時間遊べるところも大きな魅力のひとつですが、やはり多種多様なゲームをいっぺんに遊べるところにメダルゲーム最大の醍醐味があると言えるでしょう。最近では「北斗の拳」などをはじめとするパチスロ機がそのままメダルで遊べるようになっていることもあり、特に人気が高いようです。

また、MMOやRPGの要素を取り入れた新しいタイプのメダルゲームが近年続々と登場している点も見逃せません。通信回線で全国各地のお店を結び、オンライン対戦やプレイヤーのランキングを集計しているゲームもあるから驚きです。

ただメダルを増やすことだけではなく、競馬ゲームであれば競走馬を、RPGであれば冒険家となる自分のキャラクターを育成できるようにしたところも人気の秘密でしょう。特にRPG形式ものは、大人だけではなく自分用のPCをまだ持つことができない小中学生が熱心にプレイする光景もよく見かけます。

このコラムを読んでいるみなさんの中にも、RPGが好きな方は少なからずいらっしゃると思います。たまには気分を変えて、メダルゲームのRPGにもぜひ挑戦してみてはいかがでしょうか？

メダルゲームの管理はとにかくタイヘン！

メダルゲームを運営するにあたっては、法規制が多いことなどもあって何かと手間がかかります。

まずみなさんが手にしたメダルは、店外に一切持ち出すことができません。これは売買に利用され、結果としてギャンブル目的にゲームをされてしまうことを防ぐためです。もっともファミリー向けのお店では、小さい子どもがあちこちに散らかしたりするので、なかなか手に負えないこともしばしばなのですが……。

また、当然ながらメダルを景品などと交換することも禁止されています。特に外国人のお客さまにはこれが不満なようで、筆者もかつて「メダルで何がもらえますか？」などと景品の催促をされた経験が何度かあります（カタコトの英語でどうにか逃れました）。

それから機械のメンテナンスがとにかく大変で、筆者の経験から言うと他のビデオゲームやプライズ機などと比べて故障の頻度が高いように思います。特にマスゲーム形式の大きな機械が壊れたときは悲惨で、スタッフ総出で数日がかりの大仕事になってしまうこともあるのです。筆者があるときアメリカ製の某マシンを修理をしようと思ったら、線材が超タコ足のメチャクチャ配線で、しかもすべてが同じ色だったため、図を見てもまったく識別不能。途方に暮れた末に、サービスマンに泣きついてどうにか直してもらったという悲しい思い出もありました……。

友人同士だけではなく、年の離れた兄弟や親子で一緒になって遊べるところもメダルゲームならではの楽しさであると言えるでしょう。最近は日本でも合法カジノを作ろうとする動きが出てきましたが、金品などのかかったギャンブルではなく、メダルゲームはあくまでゲームを楽しむものとして運営しているからこそ、こうして今でも多くの支持を得られているのだと思います。

では、またのご来店をお待ちしております！

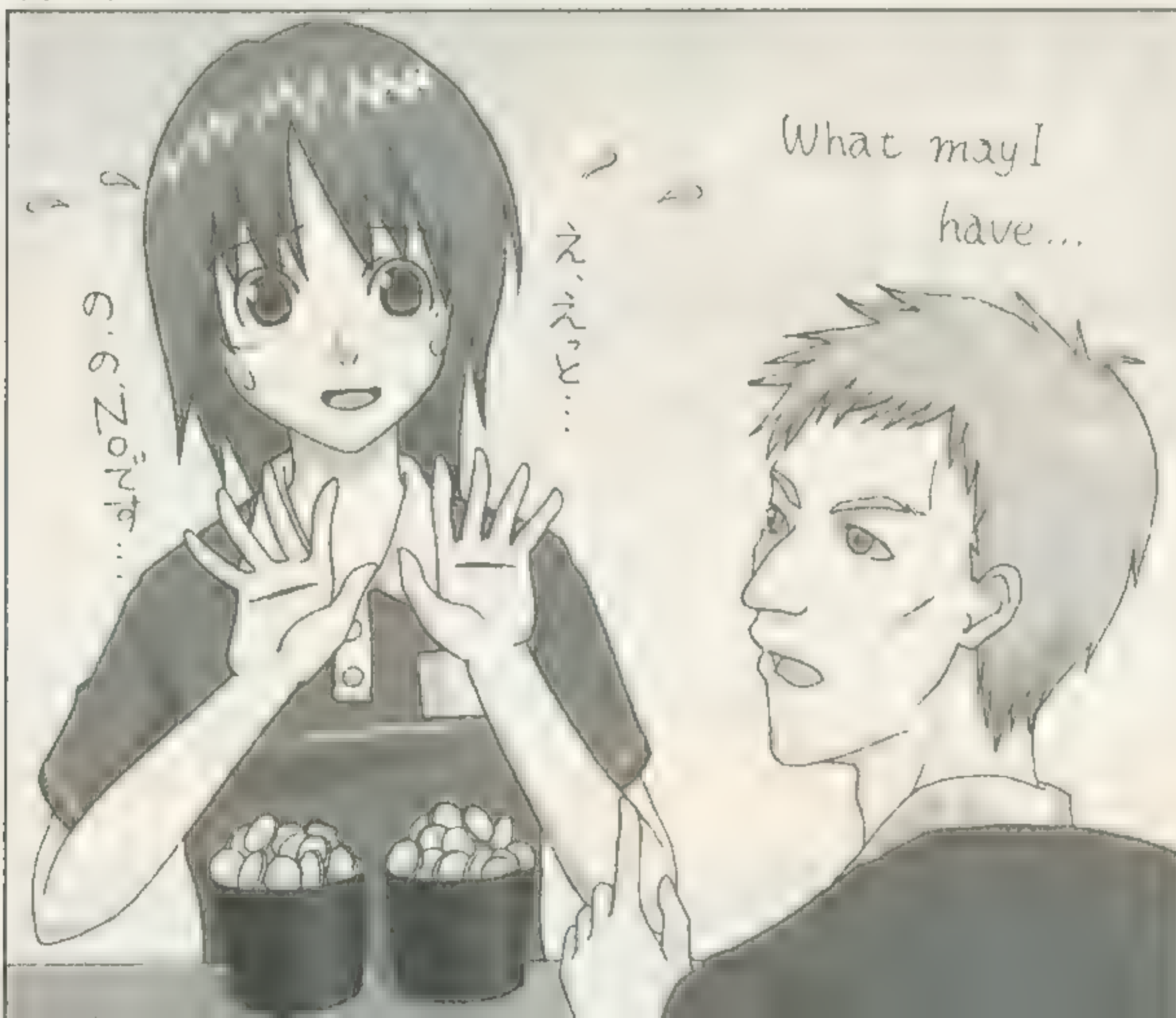
イラスト：まり

美少女ゲーム地獄変

～熱き萌え魂の叫びを聞け！～

第八回戦 お題

「戦う女の子」

またまた王者交代！ 美少女ゲーム戦国時代突入か!? 風雲急の第八回戦は王者、挑戦者ともに変化球で攻める。

挑戦者

彩女

『天誅 参』

TEXT BY 大杉仁

ジ忍者アクション
メフロム・ソフトウェア
機PS2
¥7,140円(5%税込)
発03年4月24日

いわゆるギャルゲーに類するものは初代『ときメモ』くらいしかプレイ経験がないのですが、そんなやつが思わずグラリと来てしまった、ということで『天誅』のヒロイン・彩女を挙げたいと思います。この彩女さん、登場作品が示す通り女忍者(「くの一」にあらず)なんですが、非常にクール。いわゆる反萌えゲーマーが毛嫌いする積極的な〝こび〟の要素なんぞありゃしません。もちろんデザインとして目を引く華やかさは必要ですから、忍者にしては若干露出度が高かったりしますが、それを補って（?）余りあるクールさです。

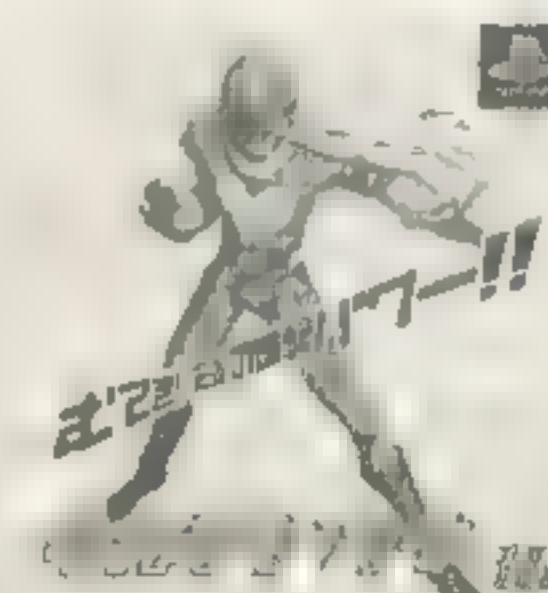
初代『天誅』で、相棒であり頭領でもある力丸が捕らわれる場面があります。その救出任務の際、力丸は「忍の掟を忘れたわけではあるまい」と、仲間のために危険を冒した彩女をやんわりと皮肉るのですが、それに対する答えが「殿様の頼みだから来たまで。礼は殿様に言え」という具合。『参』でも偽力丸の「仲間ではないか」という発言を「あいつには一番似合わない言葉だ」と切って捨てます。

ここまで来ると単なる冷酷非情な戦闘マシーンに思えてきますがさにあらず。忍者としての立場がそうさせているだけなのです。前

王者

永田翔子

『キャプテン・ラヴ』

TEXT BY 天野譲二

ジアドベンチャー
メ東芝EMI
機PS
¥6,090円(5%税込)
発99年3月11日

「戦う女の子」のゲームキャラクターと聞いて筆者が思い浮かべるのは、『キャプテン・ラヴ』の永田翔子です。『キャプテン・ラヴ』といえば、「愛の共産化」を叫ぶラブラブ党の一員である主人公が党首の娘・愛美と相思相愛になったために、次々と送り込まれる刺客と戦う羽目になる……というストーリーで、主人公は愛美を裏切らないように刺客のあの手この手の誘惑を振り払って、最後に愛について口論する「論撃バトル」でとどめを刺さなければいけないわけですな。永田翔子はその刺客の一人です。

そもそも今回のお題からすれば極太脚の中国娘とか、帝国や巴里の華撃な人たちとか想起すべきなのですが、何せ筆者は志穂美悦子か「花と蛇」の女探偵・野島京子ラヴなオヤジなのだから仕方がありません。戦う女の子の魅力というのは、戦う姿のりりしさと、自分を蹴り倒してくれる近寄り難い気高さと、それが負けて泥と涙にまみれる姿にあるわけです。官能小説で女教師だのニュースキャスターだのが定番になっているのも、ギャルゲーでツンデレやらいいんちょだのがもてはやされているのも、その証と言えましょう。

勝ったのはどっちだ!? 決めるのは貴兄のご意見

美少女ゲームに興味はなくても、レビューを読んで楽しそうだな、と思ったほうに投票してくれ！

記のような言動にも裏腹の厚い信頼が見てとれますし、幼い姫君に対しては手放しの〝いいお姉さん〟ぶりを見せるひと幕もあります。『弐』では兄弟子の龍丸に対する淡い初恋のような描写もありますし、『参』で国家老の爺さま（ちなみにまったくの端役です）が瀕死の重傷を負わされた時に見せる熱さなども魅力ですな。

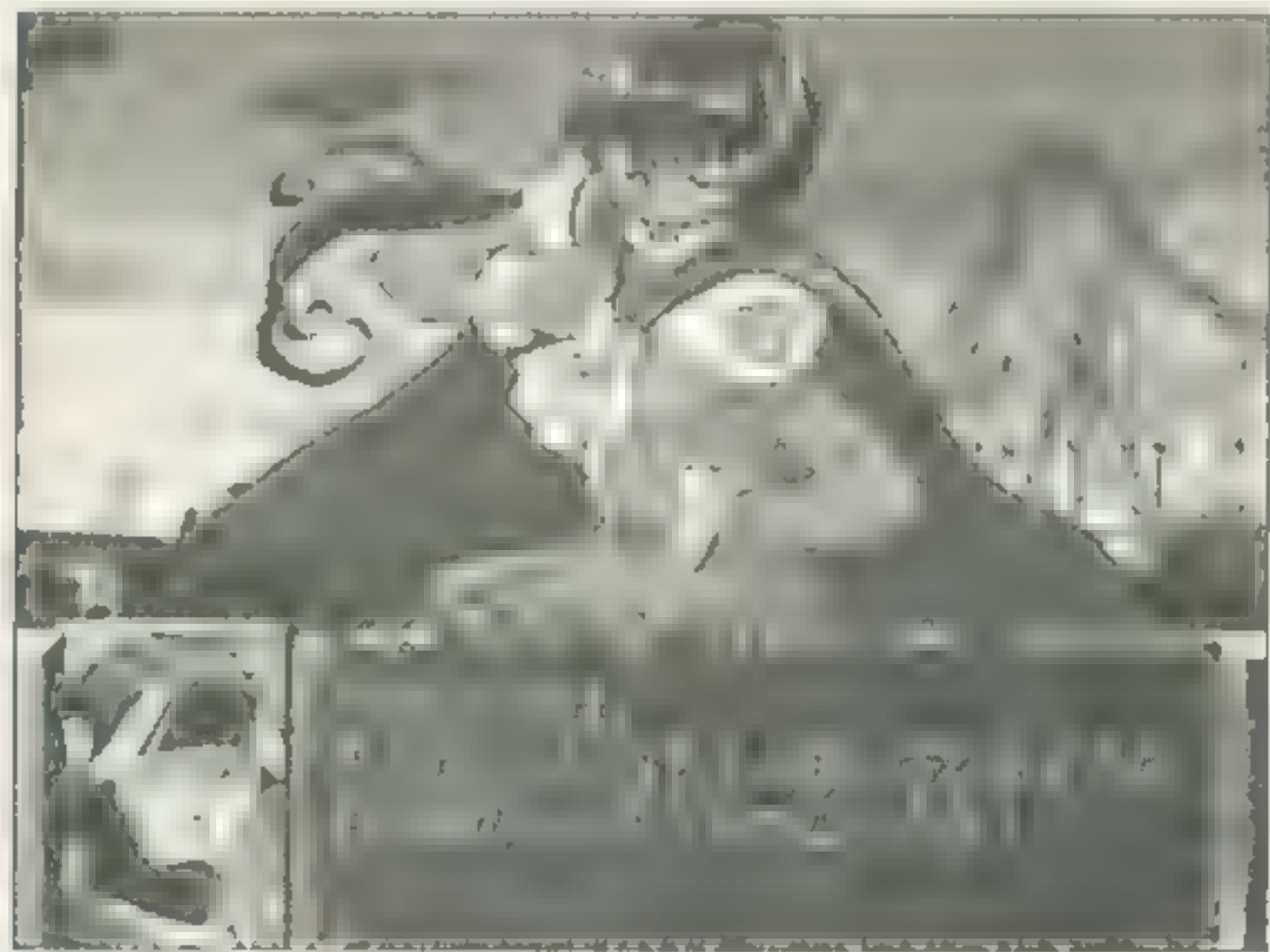
もちろん「戦う女」としての要素も魅力的です。力丸の場合、忍殺モーションは非常に無骨なんですが、彩女はフランケンシュタイナーばりの軽業やハイキックからの斬殺など、どの技も華麗。

個人的には『参』のコスチュームが一番洗練されていてグーだと思うんですがどうでしょうお客さん

思いますに、武闘派キャラの魅力というのは、いわゆる〝ツンデレ系〟に相通ずるものがありますよね。並の男を寄せつけない強さがあるけど、あくまで女性である、そこにシビれるあこがれるゥ！ という。つまり強さと女らしさの落差が大きいほどグッと来るわけです。ならば、色恋はもちろんのこと人間的感情から最も遠い〝忍者〟というポジションはかなり有利でしょう。しかも彩女の場合はその「女らしさ」を出す機会がまれですから、その辺のありがたみもまた格別、と。

コンシューマ版最新作『紅』では凜というライバルも登場しましたが、忍者としてのすごみと女としての華やかさを両立させた存在として、彩女の地位は今後も揺るがぬものと確信しております。

●ツンデレに通ずる魅力
●技の華やかさも重要
●「女忍者」はもはや反則

私に汚い言葉を云って！ もっと汚い行為をして！ そんな喜悦の時を刻ませてくれるのが『キャプテン・ラヴ』の論撃システムであり、中でも楽しませてくれたのが永田翔子というか、別名ティーンズ・ブルーでした。彼女の役どころは、第二話で主人公を慕って献身的に迫ってくる女子高生……の親友で、主人公にふられた親友の敵とばかりに、ひたすらツンケンして冷たく攻撃的な言葉を浴びせかけ、月に代わって愛ある限り戦うフオォォという扮装で挑んでくるバカ者であります。年長者をロートル扱いしつつも、「これでも5、6人の子供くらい産もうと思えば産めただけの人生歩んできてるのよ？」と意味深な人生経験を匂わせ、こちらを野蛮人だのA級戦犯だとののしり、「半端で大馬鹿なあんたには最悪の末路しか残されてない」「第三次世界大戦が勃発して大惨事になる」などと行き当たりばったりなセリフを連呼しているのを聞くと、後ろから青木千砂の声で「オヤビン、こらしめてやってください」と言われているような気になってきます。

「どこからでも突っ込んでくださいと言わんばかりに隙だらけ。大人のラヴを容赦なく叩き込みましょう

でー、早速相手の意見をつぶして追い詰めていくわけですが、負けても弱音を見せないでにらみつけてくる強情さと底の浅さがまたおじさんの嗜虐心をそそるわけで、その反抗的な態度に、ついつい「延長でもう一戦」とか思ってしまうのでありました。

●ラヴある限り闘う美少女仮面
●敵意と自信に満ちたごう慢ぶり
●すぐに丸め込まれる打たれ弱さ

“現場”は燃えているか 第7回

—最前線クリエイターに聞く—

丸田康司

言葉（チャット）ではなく「手つなぎ」による触るコミュニケーション。既存のMMORPGとは異なる方向性で作られた『ホームランド』について伺う。

Profile

1990年にSEDIC入社、エイプで『MOTHER2』に関わる。1995年にチュンソフトに移り、『風来のシレン』『シレン2』『シレンGB2』にプログラム、企画で関わる。2005年発売のRPG『ホームランド』ではディレクターを担当。

MMORPGが持っていた煩雑なゲームシステムを一切排除し、プレイヤーがフィールドを形成する「神さまプレイ」と、チャットに代わるコミュニケーション「手つなぎ」によって、極限まで簡素化した新しいタイプのオンラインゲーム『ホームランド』。その制作コンセプトとネットゲーム市場に対する考えをお聞かせいただいた。

（聞き手：飴尾拓朗）

一本あたりのスパンが長い制作期間

——ゲームの制作にはいつ頃からかかわっていらっしゃるのでしょうか？

丸田康司氏（以下、**丸**）：僕自身は、一番最初にできたゲームクリエイター養成学校の第一期生だったのですが、そういった学校ができたことでそれまですごく狭かったゲーム業界の間口が広がったんです。最初は『マザー2』、その後『EARTHBOUND（海外版マザー2）』の完成後にチュンソフトに入社して、『風来のシレン』の制作が8割ほどまとまった段階から、ずっと当社でゲームの制作に携わっています。『風来のシレン2』では企画から携わっていますが、その後『風来のシレンGB2』を経てから『ホームランド』にかかりきりでした。『ホームランド』の制作期間は4年半ほどですが、他の仕事も同時進行でしたので実質4年ぐらいでしょうか。

——『ホームランド』をプレイして、MMORPGの持つ面倒くささを排除していると感じたのですが、ネットゲームに対する考え方は？

丸：ネットゲームは黎明期から遊んでいました。最初は人から誘われてプレイをしたのですが、その日のうちに「ゲームの要素が何もかもわからない」という感想をメールで送りました。その後、ほかのネットゲームもいろいろ教えてもらいながらプレイして、ネットゲームの持つ楽しさや面倒くさい部分、行動に対する結果を自分なりに蓄積していました。その後、中村（光一）から「ネットゲームというジャンルにチャレンジしたい」という相談を受けたときに、それまでの経験を元に、ネットゲームの一番美味しいところだけを取って、マイナス面を排除した遊びやすいタイトルを作れるという可能性を示唆しました。

　どのMMORPGでも「新しいサーバ（真っ白な世界）ができると、レベル1のプレイヤーキャラクターがビッグバンのように一斉に散っていく」楽しさがあります。しかし、同じ世界

の繰り返しになるとつまらないので、世界が変化しながらストーリーが進んでいく。そしてエンディングをむかえると毎回新しい世界ができるという仕組みで、新鮮さを味わってほしかったんです。毎回「新しい世界」を根幹にすることで、「一度区切りを設けて、いつも新しい気持ちでプレイしてもらおう」という狙いがあります。

——制作するうえで大変だった部分は？

丸：今までのゲームでも変化する世界は多くありましたが、ひとりのプレイヤーが介入することで世界が変わるのはそう難しくないんです。しかし、プレイヤーが2人以上になると（本来排他的な）世界が同時に変わっていくのに、その情報に対して整合性を取るのが非常に難しいんです。イベントが起きたときにほかのプレイヤーの進行を止める方法もあったのですが、ひとりひとりの行動が「状況をリアルタイムで変化させていく」過程を体感してほしいと思っていました。『ホームランド』では、ひとつの世界で最大で同時に35イベント起こせるのですが、ネットワーク上で情報（信号）の流れが保証されない状況で1台のハードウェアで管理するのは、非常に大変でした。それらが「神さまプレイ」「手つなぎシステム」につながっていきます。

ユーザーに課金を強要する必要はない

——開発期間中に一気にブレイクした「ネットゲーム市場」に対する不安などはありましたか？

丸：当初想定していた開発期間から2年近く延びてしまいましたので、その間は確かに不安でした。ですが、ネットゲーム市場がビジネスとして成立する土壌の形成は、僕自身が考えていたよりも遅かったので、発売間際は不安よりも自信のほうが上回っていました。ゲームキューブをプラットフォームに選定したのは、仕様を固めた当時にユーザーの初期投資が一番安かったからなんです。他のハードと比べて初期投資を2万円近く安くできて、若年層を含めてユーザーに広く受け入れてもらえると考えました。より多くの人にプレイしていただくのが狙いだったのですが、もし、ほかのハードで開発をしていたらあと2年は開発期間が延びていたと思います。

　また、開発期間中に常時接続が当たり前になることや、ネットゲームに関するゆがみも予測できましたし、当時はネットゲーム一色になると言われてきましたが、絶対にありえないと思っていました。『ホームランド』の開発以前にも、当社でインターネットプロジェクトを展開していたのですが、その中で得られたことの中に、ネットゲームをプレイする人は、「同時に役割を演じるのも好き」という実感がありました。ネットを介することでプレイヤーとしてゲームを遊ぶだけではなく「プレイする場所を提供する」「イタズラするだけで嬉しい」という層が確実に存在することを確信して、プレイヤーがひとつの役割に固執しない（遊び方

文字入力は予測機能もあり、携帯電話に近い。
入力が1文字ずつ反映される感覚は新鮮だ

がひととおりではない）ことを利用したらもっと、面白いことができるのではないかと思いました。実際には遊ぶ場所を提供するだけでどうプレイしてもらうかはユーザー次第なんです。サーバの管理すらユーザーに任せるという部分も含めて、ユーザー同士勝手にルールを設定してコミュニティが成立している状況を見ると「新しいプレイスタイルを提案する」狙いがうまくいって嬉しいですね。

――毎月のプレイ料金がなくとも、ビジネスモデルとして成立するのでしょうか？

丸：僕自身は、単にオンライン対応にしただけで、「ユーザーが毎月使用料を支払う」必要はないと思っています。神さまプレイの採用によって、サーバ管理費用が発生しないために運用コストを下げられますし、毎月の課金を取るのも新しいパッケージを1年ごとに発売するのも変わりはないと思ったんです。プレイヤーに強いる余計なプロセスを排除したことで、ネットゲームの持つ「敷居の高さ」をグッと下げられたと思います。オフラインプレイでゲームシステムを理解しながら、段階を踏んで（プレイヤーの気が向いたら）ネットワークデビューできるようにという「ひとりでも遊べて、かつネットワークに接続してみんなで遊べるゲーム」として両立していく土壌を目指して制作しました。

――当初はネット専売のみでの展開でしたが、一般販売に踏み切った経緯は？

丸：まずはプレイ環境がある人に企画の意図を理解していただくためにネット専売にしていました。オフラインとオンラインの二面性があるタイトルですので、オンラインの部分がユーザーにどう受け入れられるかを（販売方法を含めて）試したかったことも含めて、ベストの選択をしたというよりは、もがきながら最終的にネット専売というアナウンスに落ち着いた形になります。店頭販売では、まずオフラインで十分に遊んでいただき、環境さえそろえばオンラインで遊べるという土壌を用意することで、短期間で爆発的に売るのではなく口コミで徐々に広がっていき、最終的にはすべてのユーザーにオンラインでも遊んでいただくという販売戦略ですね。販売時期を2段階に設定したことで初めてネットゲームをプレイする層に多く触れていただけることになりますので、これから真価が発揮されると思います。

チャットに代わる新しいコミュニケーション「手つなぎ」

――日本のネットゲームプレイヤーは「まずチャット機能ありき」と考えているフシがあると思いますが、それを真っ向から否定する流れは新鮮ですね。

丸：ネットゲームの基幹となるコミュニケーションツールとしても「チャットをなるべく必要とせずに遊べるように」という意図がありました。チャットの会話ではなく、行動を通じてコミュニケーションを取りながらスマートにプレイしてほしかったんです。

入力履歴の表示を含めて、コントローラでの最低限の文字入力に堪えられるようにインターフェイスを設計していますが、レバーとボタンを使って「一文字ずつ入力していく」気持ちよさと、入力するごとにリアルタイムに画面にメッセージが表示されていく「間」は捨てたくありませんでした。プレイヤーが発信できる文字情報量を限定することで、プレイヤー同士の会話でもゲームに全然関係のない話ではなく「ゲームの目的」に向かいながら話しているという形が取れますよね。

既存のネットゲームをプレイしている方からは、キーボードでの入力機能をオミットしたことに対する抵抗があったかと思いますが（キーボードで速くタイピングができる人もできない人も）同じペースで会話ができることが逆に新

鮮で楽しい、という評価を頂いています。

――「触れ合うコミュニケーション」は、既存のネットゲームとは違う可能性を見いだしてくれると思うんです。ネットゲームプレイヤーが顔を赤らめながら「俺も手ェつなぐー！」なんてシーンが期待できますね。

丸：たとえCPU上の動きでしかなくても「手つなぎ」というプロセスでゲームと向き合ってほしかったんです。手をつなぐという要素に関しては「他のプレイヤーと会話（チャット）以外でコミュニケーションを取る手段」を模索していたときに出てきたものでした。ネットゲームという部分を考慮して、文字と絵以外の情報が伝わらないことを逆手に取ってます。ただ、プレイヤーの位置情報をリアルタイムでフィードバックしながら、誰と手をつないでいるのか？　といったインターフェイス部分を構築するのは大変でしたね。開発スタッフから「頭からビームが出て、それでつながっているのじゃダメですか？」と言われたのですが、パッと見て共感できる要素でないとプレイヤーに面白さを体感してもらえないんです。その点「手をつなぐ」というプロセスは「誰でも身体が覚えている」ことでわかりやすいですよね。

「何もしなくていいから手をつないで見ていてネ」という要素は、子どもの頃鬼ゴッコをしているときに、一番年下の子が絶対に鬼にならない「みそっかす」の発想に近いんです。プレイヤー全員が何かをしないといけないのではなく、見ているだけで遊び方を身体で理解してもらえる。もっと言うと「誰かと手をつなぐだけでいい」というポジションを固持しています。初めてほかのプレイヤーと手をつないだユーザーから「気恥ずかしかったけど、誰かと手をつないで知らない場所に連れて行ってもらったのがすごく嬉しかった」という感想を頂いています。

手をつないだ状態では戦闘も有利に運ぶことができるが、いっしょにただ歩き回るだけでも楽しい

『ホームランド』で初めてネットゲームを遊ぶユーザーから「人とプレイすることって新鮮ですね」といった声を聞くにつれて、それまでのオンラインゲームとまったく違う手応えを感じています。意識して敷居を低くしたかいがありました。

――『ホームランド』のプレイヤー層と微妙にズレがあるかとは思いますが、本誌読者に向けたメッセージをお願いします。

丸：コアなゲームファンは、もともと自由だったテレビゲームに対して、既成概念にとらわれている気がするんです。『ホームランド』を通じて（既存のレールに敷かれている）テレビゲームをもう一度「新しい驚き」に戻せればと思います。好き嫌いは別として「既存のものとの違い」を理解していただくことで、ゲームに対する認識の幅が広がるのであれば嬉しく思います。「作り手の視点を持ってほしい」とまでは言いませんが、認識の幅をより広げることで、ゲームに限らず、人生が豊かになることと思います。キーワードは「広くわかりやすい革新性」です。そして『ホームランド』はあまり根を詰めずに「自分のペースで楽しんでいただければ」幸いです。

――ありがとうございました。

「ゲームが売れない」の謎

世間では「景気が上向いてきた」と希望的観測が主流となりつつあるが、相変わらず冬が続くゲーム市場。

年末にPSP、DSと久々の新ハードが投入されたにもかかわらず、そのお祭り騒ぎも半年足らずですっかり沈静化してしまったように見える。

「この調子では据え置きハードの新世代マシンが発売されても同じことなのでは?」そんな暗い予感がひしひしと募る。

話題性があっても、内容が斬新でも、なぜかゲームが売れない。それははたして誰のせいなのか?業界の努力不足なのか、飽きっぽいユーザーなのか、それともありがちにネットが発達した今の社会環境そのものなのか――。

果てしないゲーム不況を抜けるために、さまざまな観点からこの問題を分析してみようと思う。

「売れないゲーム」の傾向分析

単純に売れないことを嘆くばかりでは解決策も見えてこない。ここでは実際の売上パターンを比較しつつ、ゲーム市場の「今」に潜む問題点を探る。

text by 池谷勇人

今に始まったことではない しかし……

ゲームが売れなくなっている――ゲーム関係者の間では、少し前から言われ続けてきたことだ。

それこそファミコン、PSの全盛期には100万本級のヒットも珍しくはなかった。『キン肉マン マッスルタッグマッチ』が105万本、『忍者ハットリくん』が150万本（※1）……あらためて振り返ってみると「こんなタイトルが⁉」と思うような作品が、軽々とミリオンを達成しているのだ。

「売れない」がはっきりとした危機感を伴って顕在化し始めたのは、PS2の発売以降だろう。当初はタイトルがそろわず、キラータイトルはDVDの「マトリックス」と皮肉られる始末。翌年の『鬼武者』を皮切りにようやくミリオンタイトルがぽつぽつと現れ始めるものの、規模、充実度ともにPS時代には及ばなかった。また一方では「メジャータイトルしか売れないメガヒット時代」とも言われ、下位のタイトルはさらなる苦戦を強いられた。「ゲームが売れない」は決して、今に始まったことではなかったのだ。

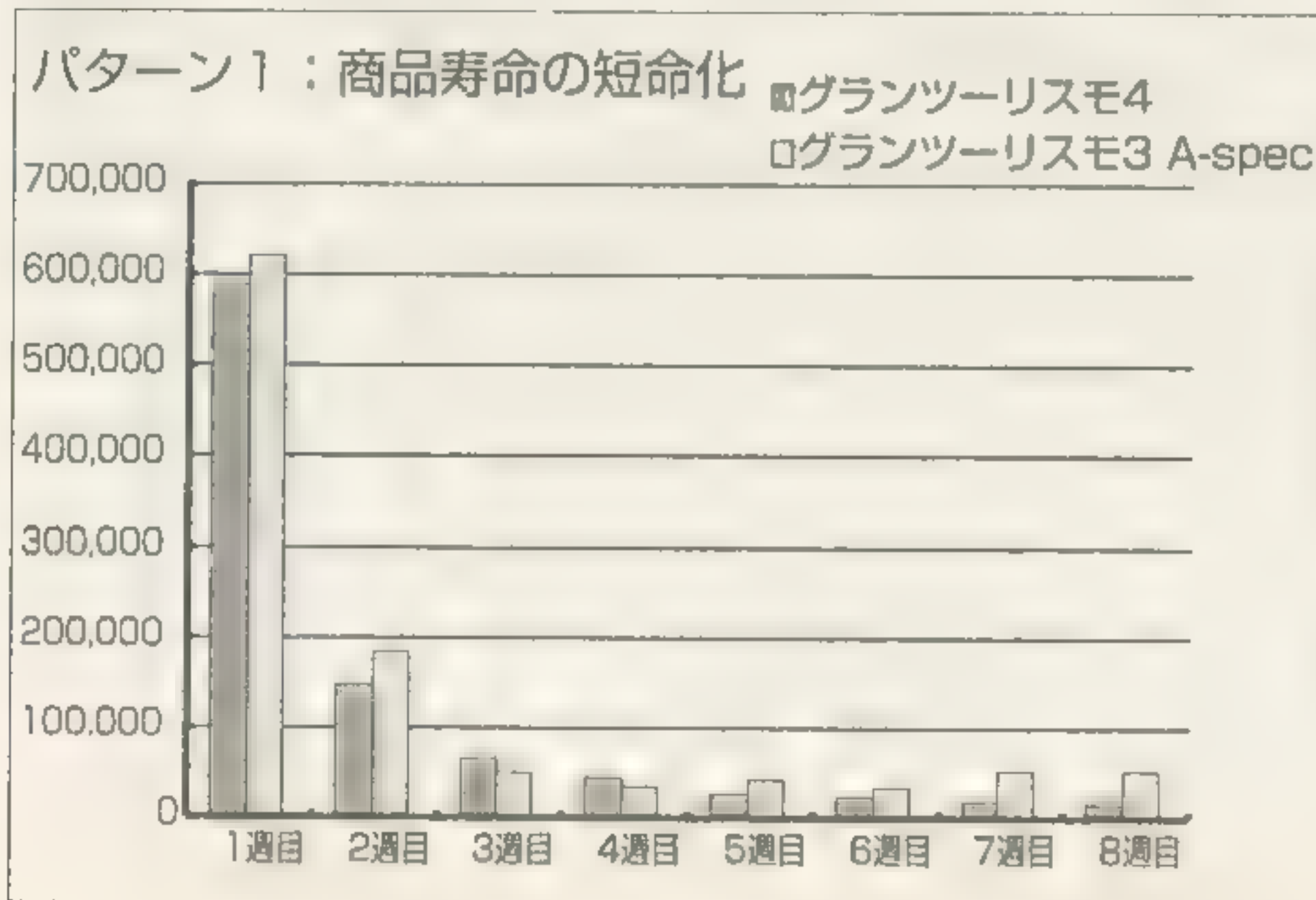
しかし、この動きは最近になってさらに加速しつつあるようだ。

いまだ耳に新しいのが、『機動戦士ガンダム 一年戦争』の失敗である。発表当初は100万本を目標に掲げたものの、ふたを開けてみると初週約16万本、店頭消化率は約36%と予想を大きく下回る結果に（※2）。焦った販売店はこぞって値下げをはじめ、発売からわずか10日ほどで実勢価格が3000円を割り込むという異常事態にまで発展した。

『一年戦争』だけではない。第1四半期のソフト市場を振り返ってみても、前年比68%、約540万本減と記録的な大幅減となっている（※3）。DS、PSPの発売により市場がソフトからハードへと傾きつつあるとは言え、これまで以上に「ゲームが売れなくなっている」ことは明らかだろう。

一体、今と昔とで何が違うのか。具体例を挙げつつ、さらなる「売れない」の実態に迫ってみよう。

パターン1 商品寿命の短命化

左図は『グランツーリスモ4』と『グランツーリスモ3』の発売後8週間の動きを比較したもの。発売初週は両タイトルとも目立った差はないが、累計販売本数では前作を30万本近く下回る格好に。『3』に対し、『4』は「初週に売れてそれきり」にとどまってしまっているのが見て取れる。こうした「ロングランタイトル」の減少も、ソフト不振の一因だろう。

※1：「2004CESAゲーム白書」より
※2：メディアクリエイト調べ※3：メディアクリエイト調べ、対象期間内（1～3月）の販売本数上位200タイトルで比較

パターン2 「定番モノ」の先細り

現在、市場の大半を占めている「続編」や「キャラクターもの」の乱発も問題となっている。これらの定番モノは比較的安定した売上が望める反面、ユーザーの「飽き」を招きやすく、常に商品力の消耗・枯渇という危険にさらされている。前述した『一年戦争』も、「ガンダム」というキャラクターに頼った安易な乱発が、「先細り」を招いたのではないか。

パターン2：「定番モノ」の先細り

機動戦士ガンダム 一年戦争
機動戦士ガンダム めぐりあい宇宙
450,000
400,000
350,000
300,000
250,000
200,000
150,000
100,000
50,000
0
1週目 2週目 3週目 4週目 5週目 6週目 7週目 8週目

パターン3 販売店の仕入れ控え

これは「本来ならもっと売れてもよかった」という例。『ミンストレルソング』自体の評判は非常に良かったものの、前作『アンリミテッド：サガ』が「コケた」ため販売店が仕入れに慎重になり、発売直後の極端な品薄を招いてしまった。リピート分が到着したのは3週目になってから。それまでに発生したチャンスロスは大きかったはずだ。

パターン3：販売店の仕入れ控え

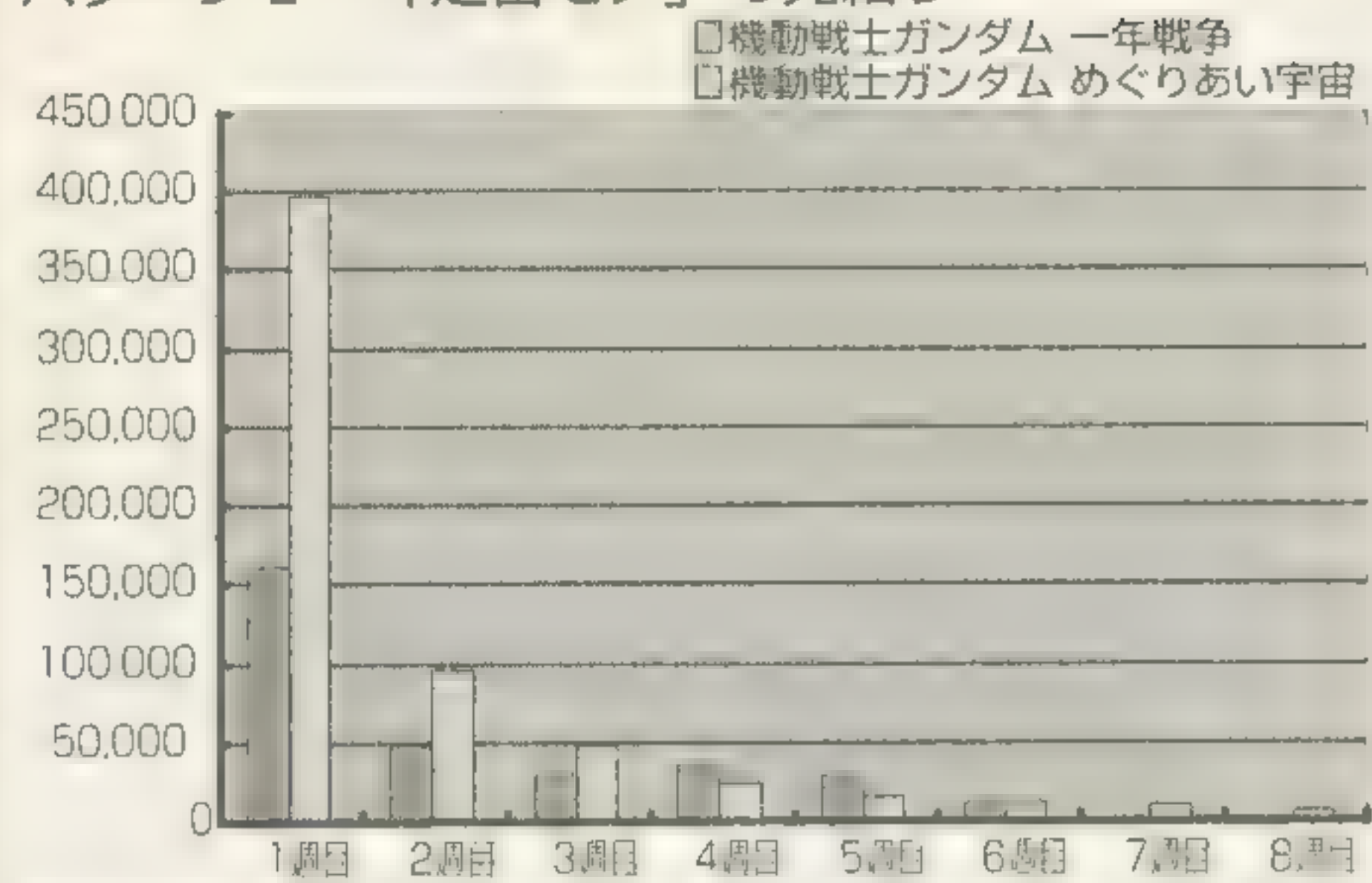
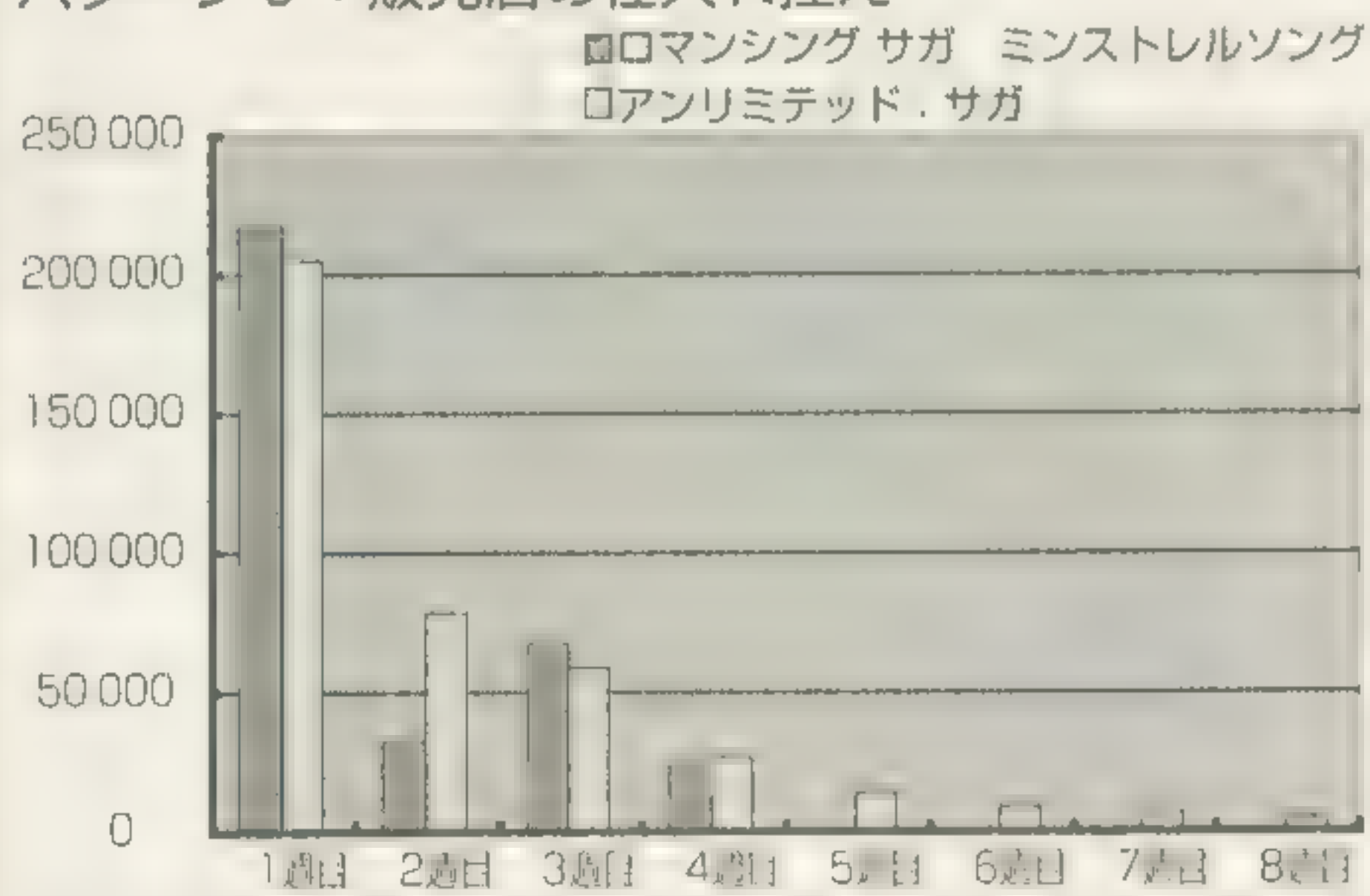
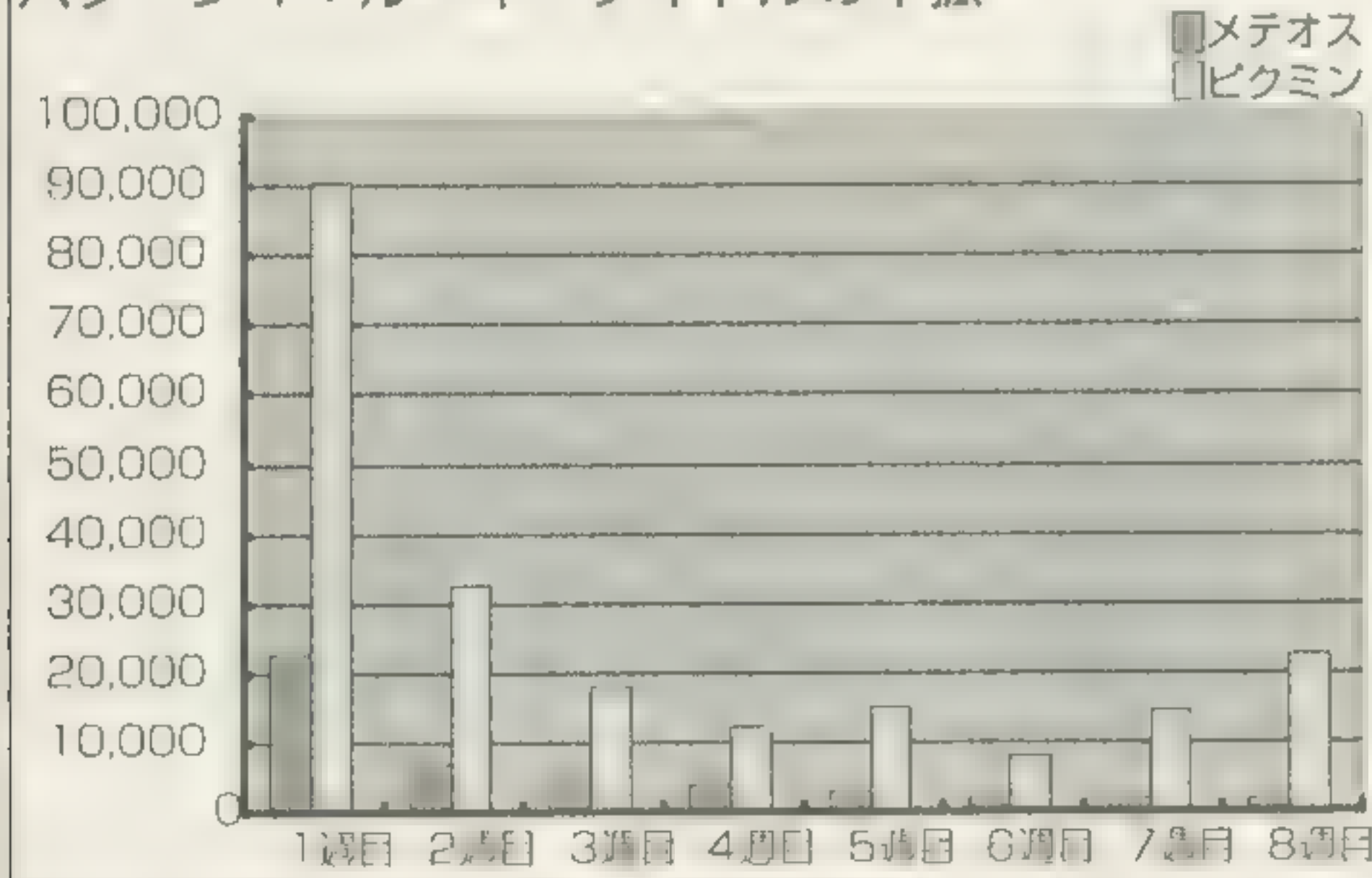
ロマンシング サガ ミンストレルソング
アンリミテッド：サガ
250,000
200,000
150,000
100,000
50,000
0
1週目 2週目 3週目 4週目 5週目 6週目 7週目 8週目

パターン4 ルーキータイトルの不振

ルーキータイトル――「続編」でも「キャラクターもの」でもない、まったく新しいタイトル――も、以前に比べ売れなくなっている。ここでは一例として『メテオス』と『ピクミン』を挙げたが、（ハードの普及台数やプロモーション量の違いがあるとは言え）両者の差は明らかだ。昔以上に、ユーザーはゲーム購入に対し慎重になっているのではないか。

売れる下地は十分なはずだが

ゲーム業界は数年のスパンで種まき→刈り取りを繰り返して成長を続けてきた。長い時間と膨大なコストをかけてハードを普及させ（種まき）、土壌が整ったらソフトでモトを取る（刈り取り）。次世代ハードの発売を間近に控えた今年は、本来ならば「刈り取り」の時期である。PS2の普及率、メーカーの開発技術ともに円熟を迎えており、「売れる」ための下地は十分に整っているはずだった。

しかし、売れない。長らく続いてきた種まき→刈り取りという流れに、何らかの乱れが生じているのは間違いない。それは、携帯電話やインターネットの普及をはじめとする「外的要因」によるものなのか。それともゲーム自身が抱える「内的要因」によるものなのか。今後のゲームのあり方を探るためにも、今一度その原因について考え直してみる必要があるのではないだろうか。

体験版の功罪

最も効果的にユーザーへのアピールを行うことができる手段、体験版。しかし、昨今はそのあり方にも変化が求められている。

text by 編集部

独自の地位を確立した体験版ソフト

徐々に低価格化が進んできたとはいえ、やはりゲームは高価な商品だ。ここで言う「高価」とは単純な値段の問題だけでなく、他の趣味嗜好が存在することを前提とした相対値としての「高価」である。要するに、7千円前後の金を払えばほかにどれだけのことができるか、ということ。熱心なゲーム好きであればそういったことを問題にする気も起きないだろうが、昨今増加しているライトユーザー層の場合、必ずしもゲームだけを趣味としているわけではない。そう考えると、ほかの趣味に振り分ける分の予算を注ぎ込ませるだけのソフトそのものの魅力、そしてその魅力をいかに効果的に伝えるかが重要になってくる。

その手段のひとつとしては、今こうして読んでいただいているゲーム雑誌もあるが、やはり百聞は一見にしかず。ゲームの価値を見極めるには自分で直接触って確かめるのが最も早い。そこで登場するのが体験版である。

今では半ば当たり前の存在になっているが、そもそもの発祥はおよそ10年前、つまり次世代機ブーム真っ盛りの頃。ソフトの供給がROMカセットからディスク媒体が主流になり、ソフトを安価に大量供給できるようになったことで、それ以前は店頭やイベント会場での試遊台でしか触れる機会がなかったものが、自宅で何度でも（当然途中までしか遊べないのだが）体験することができるようになる。また、ディスクという形になったことで、雑誌の付録にするというような大規模なプロモーション展開が可能に。ゲームショウなどのイベントでは、配布物の一環として体験版を用意することも多くなった。

また、インターネットの普及率が高まった昨今では、PCゲームを中心に、体験版のアプリケーションそのものをネット経由でダウンロードさせる方式を採るメーカーも増えてきている。この場合必要となる経費は実質的にインフラの整備費のみであり、ディスク媒体の配布よりもさらに手軽に、かつ効果的にプロモーションを行うことができる。コンシューマ機ではインターネットほどにはグローバルに展開できていないのが実情だが、それでも通信機能を備えるハードの場合、ポータルサイトに体験版を用意している場合が多い。

体験版が与えた影響と受ける影響

事ほどさように、いまや完全にゲームライフの一環として認知されている体験版だが、問題がまったくない夢のプロモーション手法か、と言えばそうでもない。まず、ユーザーとしてはけしからぬ話ではあるが、極端な話〝売り抜け〟が難しくなった。体験版を配布することによって事前にある程度の内容が知られてしまい、その時点で内容に問題があると判断されると購入を控えられてしまう。ひと昔前のように〝事前に内容を把握できない〟というゲームの弱点をつく売り方をしてきたメーカーは、否応なく方針転換を強いられることとなった。

これだけならユーザーは万々歳といったところだが、その消費者側の質の変化が、今後の体験版のあり方に大きな影響を与えることは間違いない。前述のように、今は基本的に移り気なライトユーザーをメインターゲットにする必要が出てきている。詳細については別項に譲るが、下手をすると「体験版だけで満足」してしまうほどの〝ライトな〟人も少なからず存在するからである。

昨年の東京ゲームショウを皮切りに全国配布された『我が竜を見よ』が顕著な例だろう。制作者みずからが「8時間遊べる」と豪語しただけあって、序盤の展開を製品版とほぼ同等のボリュームで盛り込んだ体験版であったが、これはそういったライト層のことを考えると、若干やり過ぎだったのではないかと思う。

単純に8時間遊べるということは、裏を返せばプレイヤーの時間を8時間消費させるということだ。一般的に学校や会社から帰宅したのち、純粋に余暇のために充てられる時間は多くて3時間程度だろう。ライトユーザーの場合、その時間をさらにほかの趣味に回すことを考えれば、ゲームを遊ぶ時間は1時間そこそこ。その感覚で考えると8時間分というボリュームは「十分楽しんだ」と思わせてしまうレベルであろう。RPGというジャンルならなおさらである。このタイトルなら、それこそ、独特の移動方法と戦闘、育成システム辺りをさらりと紹介する程度でも良かったのではなかろうか。

また、極端な例のひとつとしては、「プロローグ版」と称した一種の体験版を市販商品としてリリースした『グランツーリスモ4』もある。本来無料で配布するたぐいのものを有料で販売する、というのは一見暴挙のように思える。が、セールス的には異例の成功を収めることとなった。この場合は、まずドライビングシミュレータというジャンルの特性上、1回当たりのプレイ時間がRPGより格段に少ないことが成功の要因だろう。そして、操作それ自体に十分な習熟を要求されるという特徴も幸いした（もちろん計算してのことだろうが）。これまで同シリーズをまったくプレイしたことのない人にとっては、『4』から始めてもスムーズに入り込める、一種の〝教習ソフト〟として受け入れられたのだ。また、前作までのファンも、音楽CDとほぼ同等の3129円（税込）という価格は許容の範囲内だったようだ。

最優先されるべきはソフトの本質の把握

現状で考えられる限り、体験版の配布・配信という方法を上回る効果的なプロモーションはない。ただ、その内容については従来とは比較にならない吟味を加える必要に迫られていることもまた事実だ。移り気なユーザーの興味を集め続け、なおかつ適度に熱したまま決して冷まさない——非常に困難なさじ加減だが、今後も十分な効果を生み出すためには必要になってくるだろう。

それを成功させるには、販売・広告戦略における常識的な答えではあるが「ともかくソフトの性質を知ること」に尽きる。少なくとも、最近の例を見る限り、鍵はそこにあるようだ。

実車を忠実に再現したが故の操作の複雑さを逆手に取った好例と言える

製品版へのデータの引継ぎが可能とはいえ、プレイヤーがそれまで情熱を維持しているかが問題

販売・流通は今どうなっているのか？

ゲームが売れるためには、お店と流通に商品が存在していて、さらに名作でなければならない――。購入者には見えない陰の部分を探ってみよう。

text by Alexander服部

ゲームが手元に届くまで

ゲームを購入する側は本来考える必要はないのだが、手元にパッケージとして到着するには結構な数の人間がかかわることになる。この流れの中にゲームが売れなくなるヒントが隠されているので、まずは基本的な流れを紹介しよう。

最初に開発。最近では下請けを利用する会社が多いので、下請けで完成したものを販売メーカーが受け取ってパッケージにする。これでわれわれが入手するパッケージが完成することになる。このパッケージをメーカーが直接お店に持って行くかというとそうではない。まずは流通会社に流すのだ。簡単に言えば問屋に卸す感覚になる。流通会社にしてもお客さんと直接つながっているわけではないので、ここから店舗に商品を流す。これでようやくわれわれが購入できる状態になる。これはファミコン時代から何ら変わっていない。メディアがCDに変わっても、ゲーム流通というものは劇的には変化していないのだ。

ちなみにコンビニに関しては多少独自のルートを持っている部分もあるので、一概にこの例に当てはまらない。

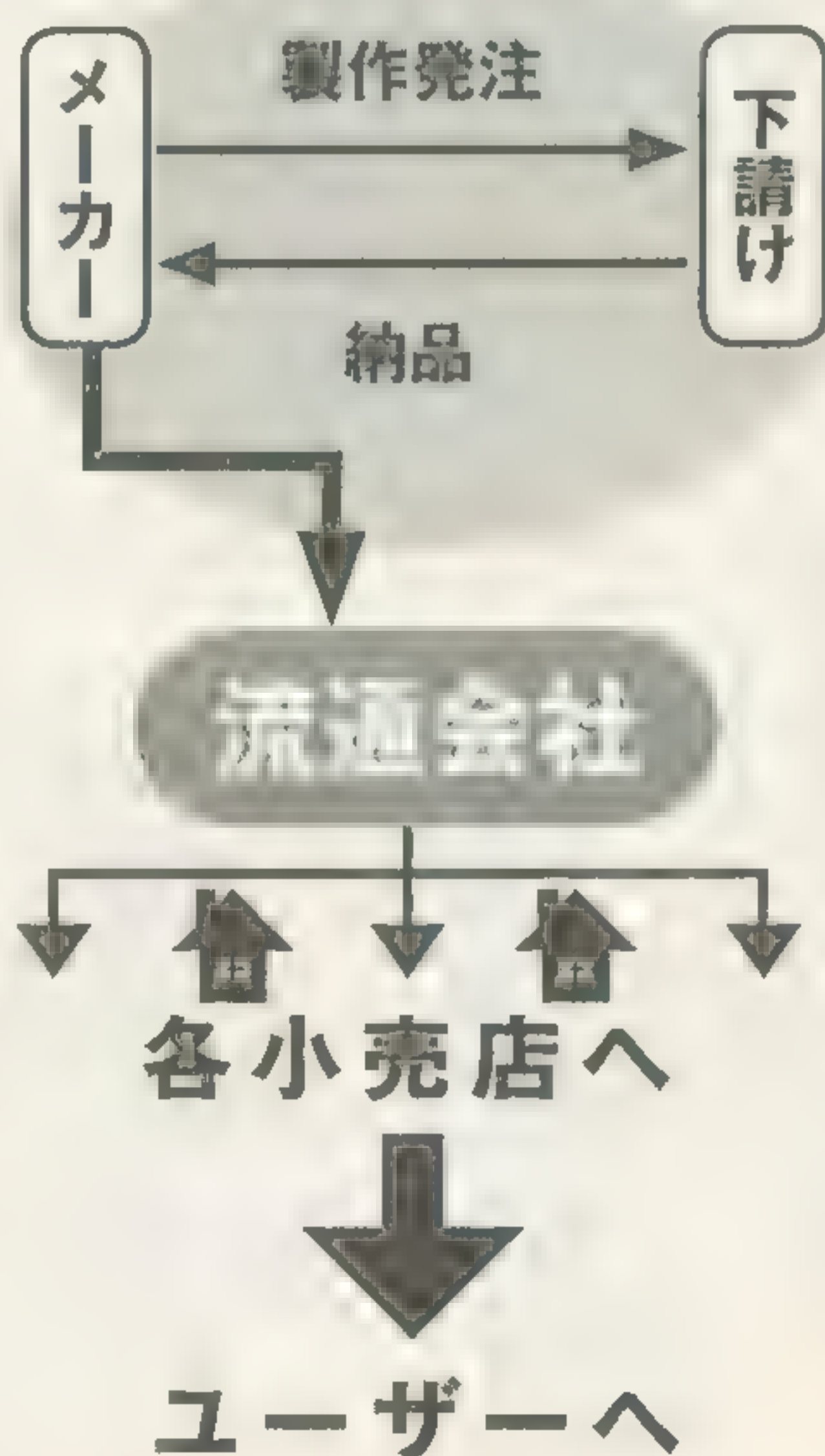
パワーバランスはどうなっているのか

メーカー→流通→店舗となっているので、単純に考えると3つの立場が存在することになる。商品をたくさん売って利益を出すことは共通だが、立場が異なるので注目すべきポイントが異なる。

まず最初に、売上にあまり影響を与えないのがショップ。本来はマーケティング的なことも行っているし、ダイレクトに消費者からの売上が目の前にあるので、ゲーム離れにも責任があるはずなのだが、三者の立場の中ではそれほど重要ではない。店舗は必要なソフトを流通に対して発注するだけだからだ。売れると思えば大量に流通会社に発注をかけるし、売れないと判断すれば注文しない。もっとも利にさといが故に、ゲームの良し悪しを冷静に見つめている。つまり、業界の売上に対して店舗は常に中立と言えるポジションにいる。

メーカーとしては、とにかくた

ゲームが売られるまで

メーカー
製作発注
下請け
納品
流通会社
各小売店へ
ユーザーへ

くさん売りたいので、パッケージを大量に作って市場に出してしまいたい。だが、それを阻止するのが流通になる。流通会社とメーカーはパッケージが出来上がる前に、必ずと言っていいほど会合を持つ。「このような商品が出ますので、たくさん扱ってくださいね」とメーカーは伝えなければならないし、流通サイドとしては「次に出る商品はいつになりますか、どんな商品ですか」と確認をしなければならないからだ。商品の発売日にはショップに並んでいなければならないことを考えると、至極当然のことと言える。

メーカーと流通の力関係をはっきりさせると、圧倒的に流通サイドのほうが強い。お店に並ぶ数をコントロールしていると言っても過言ではない流通は、メーカーからすると決して逆らうことのできる相手ではない。その流通に対しての商品説明はどちらかというと、かなり力のはいるプレゼンテーションになる。商品の担当者が気に入れば大量に仕入れてくれるし、気に入らなければ数をさばいてもらえない。

そこで重要になってくるのが流通の内部事情。流通の担当者がゲームをよく知っている人間であれば、売れそうなタイトルを大量に扱ったり、売れなさそうなタイトルを扱わなかったりという「当たり前のこと」がしっかりできるのだが、現実はそうではない。流通の担当者の中には「ファミ通」のレビューの点数を見て入荷数を決める人間もいるとかいないとか噂が流れるほどだ。これが事実かどうかは確認のしようがないのだが、実際に、こういった噂が流れるような認識しか持っていないという可能性は極めて高い。

それだけではない。流通会社も利益を出すのが目的であって、損失を出すわけにはいかない。商品を流通させてお金をもうける会社なのだが、仕入れるとマイナスもでてくる。不景気の昨今だからこそマイナス部分を極力減らすべく、入荷数を絞ってくるのだ。あまりにネームバリューが低いタイトルであれば、黙殺されることすらある。

この動きを止めることができるのは名目上はショップになる。ショップが発注すれば流通も入荷せざるをえないからだ。しかし、立場は流通のほうが強い。流通がショップに対して、他の商品の入荷を止めてしまえばお店は何もできなくなるからだ。

日本だけの特異な構造

流通会社が売上に与える影響のかなり多くの部分を押さえていることは理解できただろう。つまり、この人々がマーケティング的な動きを見せたり、ゲームを扱うことに情熱をかけるだけで現状はベターな方向に流れる可能性がある。しかし、実際はやや難しいかもしれない。それは返品の存在だ。

日本では基本的にゲームの返品が自由にできる。お店も返品できるし、流通も返品できる。つまり、メーカーだけがつらいのだ。これは、契約書で禁止するといったことではなく、慣例として成立してしまっている。海外ではメーカーも流通（バイヤー）もお店も、返品については同じだけのリスクを背負うため、相互に協力しあって情報交換などを行っているが、現状の日本ではメーカーのリスクが大きすぎる。その結果として返品を恐れるメーカーは無難なシリーズ作品しか作らなくなってきたのだ。日本の流通会社と他の国のバイヤーでは、役割的には同じだがリスクと立場がかなり異なっている。昔から日本は卸という中間流通業者が力を持つ経済構造になっているからか、ゲーム業界もその弊害から逃れることができていない。

しかも、現状では流通会社は片手に余るほどしかなく、パワーバランスはさらに悪くなっているのだ。その不公平さやパワーバランスをいやがって、独自で流通会社を作ったコーエーのようなゲーム会社も存在する。だがすべての会社がこのような行動に出ることはできない。その悲しい事実がゲーム業界を収縮させているのではないだろうか？

ユーザーの気質に変化が？

購買者の気質が変化したから、過去のマーケティングが通用しなくなったのか？それともほかの理由があるのだろうか。

— text by Alexander服部

ゲーマーは変わるのか？

今も昔もゲーマーは存在している。20数年前にインベーダーゲームで遊んだ世代もいるし、今ではゲームのパッケージを家で積んでいるようなゲーマーも存在している。むしろゲームをプレイする人口の絶対数が増えていることを考えると、ゲーマーも増えたと考えていいはずだ。しかし、ゲームの売上は右肩上がりになっているわけではなく、むしろ売れなくなってきている。これはどういうことなのだろうか？　不景気だけが原因では決してないはずだ。

ステレオタイプながら比較しよう

ゲーマーと言っても、筆者のような古い世代の人間もいれば、若い学生も多い。同じような趣味や特徴を持っているとは一概に言い切れないほどの年齢の幅だ。この年齢層を大まかに分けると二つに分かれるだろう。ひとつめが「黎明期を知るロングキャリア組」であり、もうひとつが「PS以後の世代」の若い人間たち。大まかに分けてこの二つ。PSをひとつの境目としたのは、この時期からポリゴン・CG以外のゲームが影を潜めたからだ。PSの登場は本当にパラダイムシフトを引き起こしたと言える。そのPSからゲームを知った世代は、おのずとロングキャリア組とは経験をはじめ感性が異なってくる。このポイントで分けることに対しては、それほど批判の声は出ないだろう。

ロングキャリア組には2種類のタイプがある。それは最新をどこまでも追いかける「現役にこだわる派」と、あらかたのジャンルを遊んでいるので楽しいものだけ追いかける「セレクト派」に分かれるだろう。現役はいつまでもゲームを購入し続けるし、新しいゲームや技術もどん欲に取り入れる。まさにゲーム業界の一端を担う人々で、売上貢献度も高い。必然的に社会人が多い世代なのでお金を持っている人間も多く、優良顧客として感謝状をもらってもいいほどだ。一方セレクト派の人々は、ゲームのキャリアが長いだけあって敏感にゲームの良し悪しをかぎ取る傾向がある。その中から自分の遊びたいものを選択するだけの賢さも持っているので、消費はそれほど激しくない。ただ、良作と呼ばれるものに対してはしっかりとお金を払う。消費者の鑑とも言える。

そして新人類世代だが、ここでも二つに分けてみよう「コアゲーマー」と「ライトゲーマー」だ。コアゲーマーは言うまでもなく若く、研究熱心な現役ゲーマーで、お金はそれほど持っていないかもしれないが、情熱を持っている。新しいゲームはとりあえず遊んでみたいという、はしかのような病気持ちでもある。現在のゲーム市

ゲームユーザータイプ別相関図

場では牽引役になりうる人々だ。そして残るがライトゲーマー。子どもの頃からゲームがあるので遊んできてはいるものの、ゲームは数多くある遊びの中のひとつでしかなく話題のタイトルのみ遊ぶ傾向がある。

大事なのは比率

実際にはもっと細かく分かれるかもしれないが、大まかなところでこの4種類がゲーム消費者の区分けとしては適切だろう。そこで最も重要になってくるのが人口比率。つまり、どのタイプが最も人口が多いのかということになる。これは圧倒的に「ライトゲーマー」と呼ばれる層が多い。この比率は年々増えてきており、現状ではほとんどの人間がここに分類されている。特に「セレクト派」が「ライトゲーマー層」とほぼ同様の動きを見せている傾向があり、結果として、ゲームを購入するメイン層が買わなくなってきている。これは「セレクト派」の人たちは厳しい目でゲームを見るので、下手なシリーズものや無名のゲームなどにお金を落とさないからだ。逆にライトゲーマーがほかのタイプに変わってくれればいいのだが、PS以降であることが足かせになっている。この世代は綺麗な画面や美しい旋律が当たり前の世代に当たる。つまり、ゲーム性そのものに対しての感動が薄い。ゲームは見た目じゃない！とコアゲーマーや現役こだわり派が声を荒げても意味はない。最初に買うかどうかは見た目が決めるからだ。彼らにとって、感動が薄いゲームに対してお金を払うほど裕福ではない。携帯電話の料金もあれば、カラオケに遊びに行くこともある。つまり、ゲームのプライオリティが極めて低いのだ。この層は増え続けている。しかも流れ込んでくるのはほとんどがロングキャリアの「セレクト派」なのだ。これではゲームを遊ぶ人が増えても、過去のゲームバブル時代（スーパーファミコン中期まで）のような売上は見込むことはできない。

コアゲーマーは昔のゲーマー同様、食事を削ってまでゲームをする人々かもしれない。しかし、それでも昔ほど売上に貢献することはない。それはインターネットの存在があるからだ。情報の共有化という人類にとって有益なこの技術なのだが、メーカーとしては困るのだ。昔のコアゲーマーは攻略のために、湯水のごとくお金を使用し、理不尽な謎解きや難易度と戦った。しかし、今では情報の共有化を簡単に行うことができるので、それほどお金を突っ込まなくてもゲームを極めることができる。もちろん対戦ゲームなどの、技量や駆け引きが必要なものは別だが、そこに至るまでの道のりも異なりすぎる。昔は昇龍拳の出し方ですら、友だちの間で必死になって実験を繰り返したのだから。もちろん到達が簡単になれば飽きるのも早い。RPGをクリアするまでの時間にしても、昔の一般的なものよりも今のほうが圧倒的に短いのだ。

あまりお金を落とさないライトユーザーが増え続け、コアユーザーは簡単にゲームを攻略してしまう。これでは昔と同じ方法論ではゲーム業界は立ちゆかなくなる。その現状を何とかしようとしているのがカードゲームなのかもしれないが、これも情報はすぐに共有される。今後ゲーム業界はどのような手を打ってくるのだろうか？その一手はライトユーザーをコアにすることを考えるよりも、「遊び重視派」が帰ってくるようなものであってほしい。若い人に対してロングキャリアサイドの人間は影響力を持っているはずなのだから。そのことは、世代に関係なく遊べるからこそ対戦が熱く、そしてプレイヤーが広い年齢層に及んでいる『ストIIアニバーサリー』などが証明している。

発売前からBBS、個人ブログなどで絶賛された『メテオス』。期待が過熱しすぎていた面は否定できない

メーカー側のプロモーションその実態

事前に内容を見せにくいというゲームの弱点を補うための“プロモーション”。ユーザーへ効果的にアプローチするために、メーカーはどのような考えのもと推進しているのか。

text by 松田剛

セールスに直結するプロモーションの影響力

ゲームが評価されるとき、面白いかつまらないかより、売れたか売れなかったかに比重が置かれる場面にしばしば出くわす。いいものは売れる、悪いものは売れないというのは真理だとは思うが、これが必ずしも当てはまらず、ものがよくても売れないという状況は世の中に腐るほどある。では、中身の質以外でセールスに影響するのは何かといえば、宣伝活動、つまりプロモーションだ。商品の質を消費者に伝えることはもちろん、それ以前に存在を認知させることができなければ、商品が売れることはありえないという、極めて単純明快な図式があるのだ。ゲームでもそれは同じで、どのメーカーにも宣伝部門があり、そのプロモーション活動次第でセールスの数字は揺れ動く。出せば売れると思われている『FF』や『DQ』といった怪物タイトルでも、プロモーションなしに華やかな数字は得られないはずで、その戦略方針は気になるところだ。そこで本稿では、ゲームのプロモーション戦略がどのような意図で進められるか追求してみたい。その際、SCEの宣伝部、販売企画部およびタイトル宣伝を担当するJプロモーション部から、書面回答という形で協力を頂き参考にしている。

初めに、一般的なプロモーションの形態を大きく分けると、「ゲーム専門誌」、「一般誌」、「WEB」、「TVCM」、「店頭販促」、「予約・早期購入特典」といったあたりになるだろう。ただ、これらすべてで展開するタイトルと、専門誌・WEBのみで展開というタイトルに分かれることもあり、各々のプロモーション戦略はどのような基準で決まっていくのだろうか。SCEからの回答をもとに考えてみたい。

「プロモーションの戦略を固める流れとしては、ソフトウェア自体のゲーム性、特徴、セールスポイント等をもとに想定ターゲット層を定め、ターゲット層に最大波及効果の高い施策とそのメディアを決定していきます。タイトルの個性によって、クラスメディアのみで集中展開をする場合や、世の中の時流等も取り入れマス層に拡大する戦略を組み立てる場合など様々です。（Jプロ）」

ここで言うクラスメディアとは専門誌などのコア寄りのユーザーを対象とし、マス層がライトあるいは一般を対象としたメディアということになる。

なるほど、コアユーザーが専門誌を買ったりインターネットで検索したりするのは、自分の意思で情報を集めようとする行動。対してライトユーザーはTVCMなど不特定多数の情報や、人気一般誌

想定ターゲットによっては、ウェブサイトも効果的なプロモーション手段となることは当然である

に含まれた広告で、受動的に商品の存在を認知する。こうした情報取得の形態がさまざまであるということを前提に、タイトルの特性からどのメディアに投下するのが有効なのか考慮されていくわけだ。

投下するメディアの種類は、ジャンルが特定されていればすぐに思い起こすことができる。たとえば漫画やアニメの原作ものなら、掲載誌への広告記事や放映時間帯のTVCM。スポーツものにしても、各競技の専門誌や中継時間帯のTVCMといったあたり。これらの特定ジャンルに関連しないメディアでプロモーションを展開させても、その効果は薄いはずだ。もちろんTVCMの効果は絶大で、本来であればすべてのタイトルのCMをあらゆる時間帯で流したいところだろうが、そこはそれお金の問題もある。いわゆるゴールデンタイムでジャンル関係なしにCMを打てるのは、裾野が広く知名度もある限られたタイトルだけだ。この辺りの線引きが、最大波及効果という言葉に凝縮されている。

事例に見るプロモーション施策

テレビCMといえば、SCEのそれはインパクトがあり、加えて冒頭の効果音は反射的にPSのCMとわかるほどに世間に浸透した。こうした実際の施策がどういった意図で行われたかも、回答を頂いている。

「サウンドロゴ（CMのトップの〝BOM!〟と、ラストの〝プレイステーション!〟）を例に挙げると、CMのそれは、プラットフォーム名称を指す〝Playstation〟です。サンドイッチ型のサウンドロゴ採用の最初の動機は『他がやっていないことだから』ですが、機能面で言うと、当時はSFCソフトが圧倒的に多く、誤認を防ぐために対象商品の企画が〝プレイステーション〟であることを明確にする必要があった。そういった理由を各放送局およびソフトメーカーさんにご理解いただき成立したものです。瞬時に企画情報を伝達できる構造ですが、貴重な15秒のうちの1秒を割かれるため、当時は各メーカーさんには好まれませんでした。トップの音を聞いて振り向かれる状態を実現するには、信頼性の高いCMを送り続けることしか方法は無いと思っています。（宣伝部）」

ゲームユーザーであれば、漠然とテレビを流していてもサウンドロゴに反応してしまうだろうし、ゲームに近くなくても印象的な内容にはセンスを感じることがあるだろう。PSのテレビCMは、プロモーション施策の中でもまれに見る成功例と言っていい。

ただ、現実的な成功とはあくまでセールスに還元されて初めて得られるもの。おそらく意図とは裏腹に成果が上がらなかったこともあるはずだが……。

「〝世の中的にキャッチー〟というのと〝ゲームとして面白い〟というものの違いの見極めが甘い場合は、結果がついてこないですね。広告展開が始まった後に、発売日が大ズレで、肝心な時にお金がない！　と泣くことも結構あります。これは大失敗の例。例えば『みんゴル』シリーズのように、ユーザーフレンドリーな商品がロングセールス化することが昔は多く、段々そのソフトのファンを増やしていく展開を、広告が様々なレールを敷くことで加速化させることができとても楽しかったのですが、今それが難しくなっているのは中古ビジネスが増えたからでしょうか……。（宣伝部）」

中古市場拡大との関連性はともかく、確かに近年はロングセールス化が減少し、スタートダッシュで決するケースがほとんど。そのためどのプロモーションも、発売日に合わせて盛り上げていく戦略になるのだが、そういう意味でも発売延期は消費者の期待や信頼を裏切り、戦略の立て直しが必要になってしまう。そういえば以前、ドキュメンタリー番組で延期に次ぐ延期で発売された『グランツーリスモ4』の舞台裏なる放送があった。番組では山内一典プロデューサーの仕事人ぶりが注目されていたが、長期にわたりプロモーション戦略を続けていた、当時の宣伝・販売部門の方の心中は察するに余りある。延期という事態に陥

ったとき、展開していたメディアやショップなど、各方面に対してもさぞ大変な苦労があるのだろう。

売り場への企画伝達と相互関係

ショップの話が出たところで、少し視点を売り場に移してみる。商品の存在や価値を伝える相手は消費者だけではなく、その窓口となる売り場にも十分な伝達が必要なことから、プロモーションの一環ととらえることができるはずだ。ショップへの伝達の場となるのは、商品説明会や商談会。これは各社ごと定期的に催されているのだが、この現場ではどのような説明がなされ、どんなやりとりが行われているのだろうか。

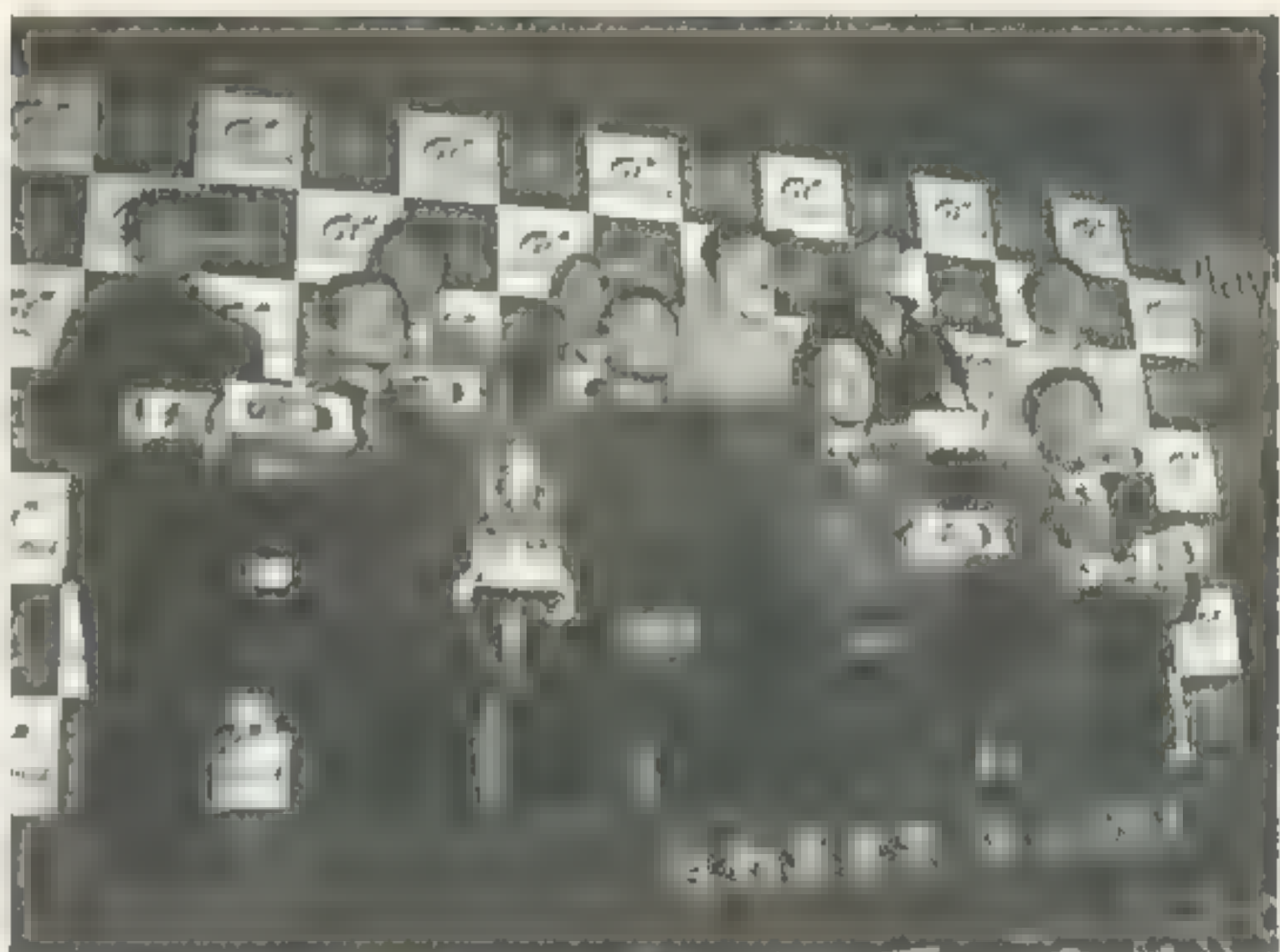
「商談では、タイトルの内容をお伝えすることはもちろんですが、ターゲットユーザーや、シリーズ前作・類似タイトルの実績から想定される需要ポテンシャルをお伝えします。ショップ様にもさまざま業態がありますので、ターゲットユーザーとそのショップのお客様とのマッチングの度合いによっても商談内容やプロモーション施策が変わってきますね。また反対に、ショップ様からプローモーション施策のご提案をいただくこともございます。その場合は、内容とタイミングが合えばできるかぎり実現できるよう進めます。次回タイトル施策の参考にさせていただく場合もありますね。(販売企画部)」

商品の内容はもちろんだが、消費者へのアプローチとはまったく異なるさまざまな具体的数字が飛び交っているようだ。この辺りはビジネスライクなパートナーといったところで(メーカーが自主流通を行うようになってからは、パートナーでありライバルでもあるのだが)、さらにここでもプロモーション戦略は重要な役割を担っていることがわかる。また、ショップ側からプロモーション展開案が要望として出ることもあるようで、メーカーにとっても吸収できる部分があるのかもしれない。ちなみに別稿では、ショップ側が見たプロモーション戦略をまとめている。メーカー側は、ショップ側が過去の実績に説得力を感じているはずだと述べたが、実際にはどう思っているか、両者の考えを見比べてほしい。

シリーズをとおしての長期的プロモーション展開が効果を発した「みんなのGOLF」シリーズ。これだけのロングセラーを記録したタイトルであれば、さまざまな仕掛けを用意することが可能だったろう

時代の移り変わりにどう対応していくべきか

これまで施策アイディアの数々とその成否、あるいはショップとの関係性を見てきたが、売り場としてのプロモーションノウハウはその年月とともにかなり蓄積されているようだ。そしておそらく、ケースごとのフォーマット的なものも確立されていることだろう。ただ、そうしたノウハウが一様のままで通用するわけではない。いわゆる最大波及効果はタイトルごとに変わるだけでなく、時代によっても確実に変化するものだ。たとえばテレビCMはゲーム画面をただ流し続けるものから、印象に残るキャッチコピーやタレント起用など、購入意欲のきっかけ作りにシフトした。その他のプロモーション施策も同じように、PSが登場した頃と比べて変化、あるいは多様化したのではないか。これに対してSCE宣伝部は次のように分析している。

「10年前と比較すると、ゲームをするユーザー層自体の幅が格段に広がったという点が大きいと思います。層によって生活スタイルやゲームとの関わり方、ゲームに求める魅力の種類が異なるので、プロモーションを発信するメディア

3月に開催された『GT4』大会のような企画も効果的なプロモーションだろう

もメッセージも多様化しました。マーケットがここまで拡大したのは、PSソフトそのものが新しい面白さや楽しみ方を提示していったからであり、それに応じた宣伝活動が加速化しただけだと思います。その積み重ねが、PS2の国内世帯普及率が約4割という数を実現させてくれたわけです。商品がよくないと、どんなに広告を活用しても物が売れないのは昔も今も変わらないことだと思います。コミュニケーションメディアの変化では、ネット利用率・使用頻度の急激な伸びの影響がすごく大きい。消費者の〝情報を得る〟ためのスタンスが大きく変化をとげたと痛感しています。（宣伝部）」

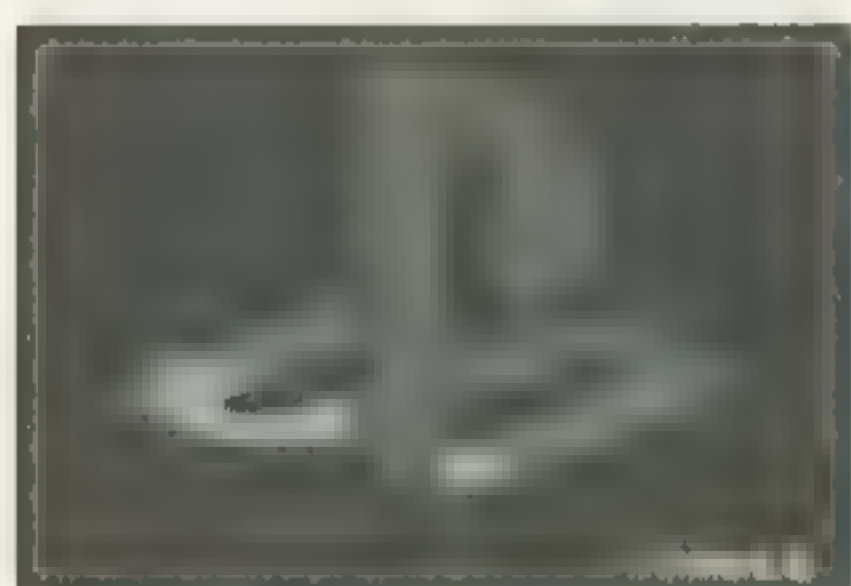
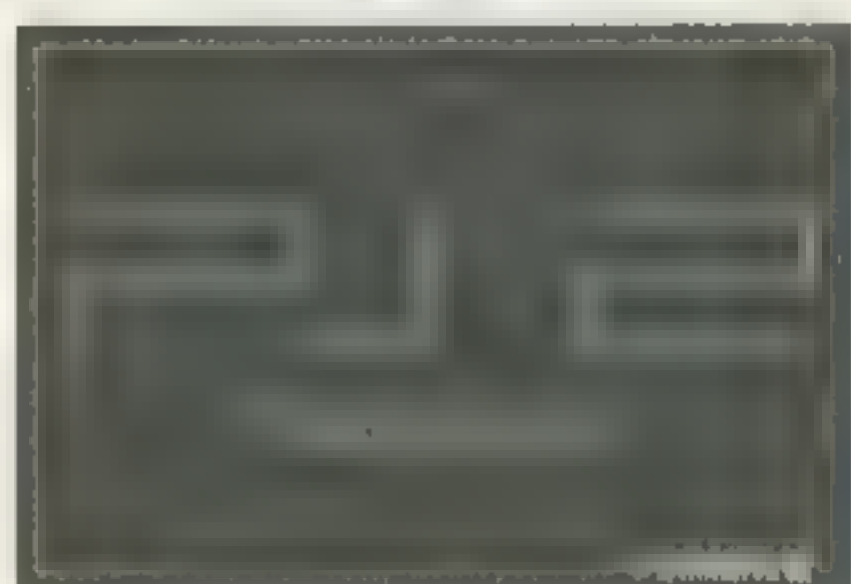
現代人の生活スタイルに加え、情報メディア多様化し、あらゆる意味で選択肢は拡大した。ゲームユーザーひとつをとってみても、〝ゲームが趣味〟というコアな層が存在する一方で、〝ゲームも趣味〟というスタイルが浸透している。この変化への対応として、

「ゲームのプレイ頻度以外に、年齢・性別・クラスターを考慮しアプローチを練っています。よって情報を発信するメディアも場所も時間にも違いが大きく出ることもありますし、対象商品が同一でも内容を変えていることが多々あります。（宣伝部）」

という手段を取っているが、最大波及効果を特定していく作業は難しくなっていくだろう。さらに、インターネットに代表される非公式な口コミによる情報伝達の重要性とスピードは、近年ますます上がっていると思われる。ツールとして利用し、販売サイトの設置や情報メディアの拡大につながっているものの、先のPSP動作不良問題が過熱したことを引き合いに出すまでもなく、ともすれば発売前にネガティブな印象すら持たれる危険もある（いずれにせよ、何らかの情報開示を受けた反応ではあるが）。公式のプロモーション活動に含まれない以上、ネガティブな論調を発信している現場に介入するのは無理な話だ。これについてSCEからは次のような回答を得ている。

「第三者による私見というものは、対応スタンスをとる種類のものではないと思います。宣伝・広報部門の人間としては、当然のことではありますが、商品そのものが誤解される元となる情報発信はしないことを心がけるといったことぐらいでしょうか。（宣伝部）」

なるほど確かに正論だし、実際に手の打ちようはないだろう。ただ、公式のプロモーションによる情報よりも、不特定多数の口コミ情報を信じる動きが増えてきている現在、そうした論調を味方に変える企業努力が求められそうだ。

SCEテレビCMアイキャッチ 変遷の歴史

放送された瞬間に判別できるほどの強烈なインパクトを持つSCEのテレビCM。その「瞬間」を明確にイメージづけた最大の功労者は、やはりあのアイキャッチだろう。大きく分けてPS時代、PS2時代、そして今さかんに放送されているPSPバージョンの3種類になるが、シンプルな背景、特徴的な「聞くアイキャッチ」とも言うべきサウンド、という要素は共通している。SCEそして「プレイステーション」というブランドを、本来ゲームを知らなかった層にまでアピールすることに成功した最大の要因は、辛抱強く一定のイメージを保ち続けることにあったのかもしれない。

PS時代

PS2時代

PSPバージョン

ショップが考えるプロモーションとは

買い手側に最も近い位置にいるゲームショップ。そこでは、独自のプロモーションを展開することが求められている。そしてそこには、ショップのあるべき姿も見えてきた。

text by 松田剛

右の記事では、ゲームメーカーのプロモーション戦略について触れたが、実際に消費者の窓口となるショップでは、どのように反映されているのだろうか。現場から見たメーカーの施策への考えや、ショップレベルでの売り方の工夫、つまりプロモーションにも興味がある。そこで今回取材させてもらったのは、GAMESマーヤ葛西店店長の秋谷久子さん。過去にも本誌取材にご協力いただき、時には自らクリエイターインタビューを敢行してしまうほどの方だ。お店の外にはムシキングののぼりが並び、メインディスプレイには手作りのガンダムが鎮座。早くもアピールの一部が見て取れた。

提供物＋αの独自ディスプレイ

――外にはガンダム、店内は試遊台が豊富と、お客が興味を惹かれるディスプレイですね。

秋谷：とにかく見て、触ってもらってこそだと思います。こちらが力を入れていてオススメですよと言うものに関しては、お店の内外含めてわかりやすく見せています。

――子どもが喜びそうですが。

秋谷：そうなんです。獲得していきたいのは、やはり小さい子ですね。チビッ子をゲットしていかないと、ウチが生きていく道はないんじゃないかと思っているくらいですから。ある意味、子どもたちを育てていかなければならないですよね、ゲームを買っていただくユーザーとして。大人の場合は環境が変わるのが早くて、職場が変わったり、結婚したりで……（土地を離れていく可能性がある）。でも子どもだったら、今から10年くらい、ここでなんとかなるじゃないですか。だから、とにかくチビッ子が増えるように考えているんですよ。

――子ども向けのディスプレイを意識している？

秋谷：子どもたちが目につくような、欲しくなるようなものをなるべく見せるようにしています。ただ、子どもたちが遊べるのは午後6時までと決まっていて、それ以外は大人の時間なんです。6時になったら、さっさと帰らせる。私に怒られますから（笑）。まあ、そのルールは子どもたちもわかっていて、時計を気にしながら6時には帰りますよ。だから子ども向けだけというわけではないですね。子どもたちにとっては、ちょっと背伸びしてみたあたりで、大人には郷愁感を感じてもらうような、そういう雰囲気を考えてい

るんですけど。

――紹介映像のモニターも多いですね。これはメーカーから提供されたものですか?

秋谷：もちろん提供していただいていますが、こちらは特別に作っていただいたんです。はじめにもらったものは、DSもPS2も入ってたんですが、それはいらない。ウチはこのスペースでDSだけのものを流したかったので、それはお願いしました。もし、そういうお願いがダメだった場合は自分で編集しちゃいます。とにかくひとつのモニターで、ひとつのタイトルだけを見せられないとダメですから。ほかのタイトルとか他の機種が混ざっているもののループなんて、言語道断ですよ。あと映像の中身がダメだった場合も、もう1回お願いしますという感じになりますね。

――店頭販促はピンキリということですか。

秋谷：使えるものと使えないものははっきりしてますよ。メーカーさんの意向で変わるので、全然ないときはウチでチラシレベルのものを引き伸ばしたり、つなぎ合わせたり。ですから、メーカーさんとウチの考えが合致したときはたくさんもらえて対応できますけど。逆の場合はいろいろ大変ですね。でもそれって、ほかのみなさんが狙ってないときでもあるので、ウチにとっては欲しがっているお客さまを確保できるいい結果になる……か、エライ目に遭うかどちらかですが（笑）。まあ、ポスターとかディスプレイものにしても、そのまま使うのではなく目立つように自分で加工します。

――外のガンダムもそうですね。

秋谷：あれも元はソフトを入れる棚だったんですよ。ウチではガンダムの黄色と青と赤のカラーを出せなかったので、その色が欲しくてそれを加工して作っちゃいました。そのおかげか、ウチはよかったですよ。ほかのみなさんはかなり苦戦した話を聞きましたけど。それと店頭映像も3回くらい作り直してもらいました。もうね、任せっきりにしてるだけじゃダメ。手を加えないと。

ショップから見たメーカー展開

――お店でプッシュするというか、数を仕入れるタイトルの基準は？

秋谷：やっぱりメーカーさんのやる気ですよ。やる気が感じられなければダメですね。ものがいいかどうかはもちろん、発売日に何が競合してくるのか、この辺りは当然気にします。あとは、このタイトルだったら、ウチのお客さまの誰が買うかなと思ったとき、○○君は買うよねって、すぐに顔と名前が浮かんでくるようなら売れると確信しますね。仕入れる数もわかってきますし。逆にまったくイメージできないものは、数のアタリもつけにくいから、もっといろいろメーカーさんに聞きますね。そこで似た感じのタイトルとか、売りたいのは大人なのか子どもなのか、しっかり教えてもらいます。

――その機会は商談会になるかと思いますが、やはり過去実績は仕入れの決め手になりますか。

秋谷：過去実績は関係ないですね。シリーズものであろうと。逆に、売れていたのなら、どうやって売れたかを調べます。新規のものは過去実績がないですから、たとえばアクションとしてはどうなのか、コマーシャルとかのプロモーションの規模はどれくらいなのかが問題ですよね。シリーズものの場合、前作が売れていたら次回作はほかのみなさんも狙ってくるので、ウチの仕入れは控えめで構わなくなる。全国で需要がばらけるわけですから。前作がウチでも売れていたのは近くで品薄になったからで、ウチの力以上に売れていたと思うんです。ウチの会員さんが買ったのか、それ以外の一般の方が買っ

秋谷店長の機転でソフトキャビネットから改造されたガンダムの店頭オブジェ

たのかという比率は分析しないといけませんね。あとすごく大事なのは、前作を買ったお客さまがどう評価しているかですよ。ここで評価が低いと、メーカーさんが用意した過去実績は何の役にも立たないです。面白かったから、続編が出たら買いたいと言ってくれたほうが、立派な過去実績だと思います。机の上で数字をいじるだけではなくて、現場のお客さまの顔を見ながらできることが、私の強みだと思っていますからね。

――お客のじかの反応がデータになるわけですね。その成果は？

秋谷：ゴールデンウィークあたりは、『ロマサガ』に始まって『ロマサガ』に終わった感じですね。でもね、あれは読み以上。私個人的には、キャラの感じが変わったことでどうかなと思っていたんですけど、すごい特典物（サントラCD）をつけられたことで予約がかなり集まったんですよ。だからその時点で兆候は見えていたんですが、まだ特典物目当てだろうとも思いましたから。でも、特典物がなくなりそうでも予約は続いていたくらいで、さすがにいけるだろうと。ゴーサインを出して正解でしたね。

――お客の顔が見える売り方と言えるわけですが、一方で顔の見えないというか、通販フォームもありますよね。

秋谷：そうですね。でも基本的にはこの地域のお客さまが対象なんで、言ってみれば、ウチのお客さまの便利ツールといったところでしかないと思っています。だから量自体はそれほど多くないんですが、ありがたいのは引っ越してからもそれを利用してくださるお客さまがいるんですよ。まあ、そういうお客さまは電話で予約入れてきてくれて、話し込んだりしてますから、普通の通販フォームとはちょっと意味合いが違うかな。ほとんど顔が見えてますから（笑）。大きな流通とは比べ物にならないんですけど、お客さまの顔を見ながら売れるところが小売店なわけで、そこをしっかりやっていかないとだめですよね。

――なおさら、メーカーにもしっかり協力してもらわないと。

秋谷：発売前に盛り上げるだけ盛り上げて、プロモーションはその日までとか多いんですが、できれば発売後も追い打ちをかけてほしいです。もちろんCMは続きますけど。CMもわかりやすいものとわかりにくいもの、気になるものと気にならないものがありますから。最近ではガンダムのCM、初期のものはよくわからなかった。でも次に使ったものは主題歌を流してわかりやすかったと思います。音楽でユーザー層をくすぐるところは違うわけで、主題歌は絶対に必要だったでしょうね。だって、テレビのCM中って基本的にじっくり見ているわけじゃないでしょ。売りたい人が決まっているんだから、その人たちが気づいて喜ぶ展開をしてくれないと。

　まあ、内容のほかにも流している量が単純に多ければプロモーションの熱意は感じますけどね。売りたい人によってCMだけが有効ではないですが、全体を考えれば絶対にあったほうがいいですから。

――ちなみにお客からの声は、メーカーに伝えるのでしょうか？

秋谷：それは言いますよ。お客さまがゲームで気になるところがあったとき、それがひとりだけじゃなくて何人かいるようなら問題点なわけですから。次に変えてもらえるかもしれないし、そういった声は伝えるようにしています。

――実現すれば、メーカーとショップ、そしてユーザーの距離が近づいて有意義だと思います。

秋谷：まあ、いい映像くださいとか、ここは変えたほうがいいですよとか、勝手なことばかり言うように思われるでしょうけど（笑）。

第3特集 総論

出口の見えない構造不況 ゲームは市民権を得たか？

世間をにぎわす新型ハードも、誰もが注目する斬新なソフトも、根本的なところが改善されない限りは結局無価値となる。

text by 編集部

国内全体で若干景気は回復してきたというものの、いまだにお寒い状況が続くゲーム業界。昨年末のPSPとDSの登場も、今のところそれを打破する決定的な力とはなっていないのが実情だ。先日開催されたE3を機に、各社が新ハードを続々と発表しているのは巻頭特集の通りだが、やはりそれだけでは回復の糸口にはならないのではないか。

というのも、昨今のゲーム不況には、社会環境やユーザーの消費傾向の変化などに、業界自体が完全に追随しきれていないことによって生じているという、一種の構造不況としての側面が強いからだ。

ファミコン誕生から20年以上、いわゆる次世代機ラッシュの頃からもすでに10年以上経過しているわけで、当然それらの外的要因は大きく変わる。特にユーザーの変化は、インターネットの発達に伴う掲示板・ブログコミュニティの形成によって、〝一気に加熱して急速に冷める〟という傾向が強くなってきたようだ。

最近では『きみのためなら死ねる』『メテオス』が、発売前からネットを中心に大変な盛り上がりを見せていながら、実際の売上は期待されたほどでもなかったという結果があった。確かにネット上での前評判は非常にエキセントリックな形で表れるため、そこからユーザーの購買意欲を完全に読み切ることは難しい。実際にはそれほど盛り上がってはいなかったのかもしれないが、発売直後からの沈静化は一種象徴的だったように思う。ただ、ユーザー間の情報共有、つまり一種の口コミは、ネットというツールが登場したことにより、過去とは比較にならないほどの力を持つようになったことは確かだ。軽視するのではなく、効果的に利用する方法を模索したほうがメリットは大きいだろう。

もちろん問題はユーザー側のみならず、業界にも多いことは言うまでもない。日本独自の旧態依然とした流通経路、プロモーション戦略の誤りなど、ゲームが売れなくなる原因となりえるものはいくつもある。「作品」という要素を重視し過ぎて、購買層の想定の不徹底など、商品としての側面を考えることをないがしろにしている面が開発者側にあるせいかもしれない。

前述のようにゲームユーザーが社会全体に拡散した感のある現在において、始めるにあたってハード込みで5万は投資せねばならない趣味というのは、非常にハードルが高いということになる。そんな時代に合った合理的な流通経路を確定し、求められている商品を読んで効果的に投下し宣伝する——具体案をとても出せないほどの至難の業だが、それが可能となった時、拡散した層が逆に有利となるはずだ。それを指して「ゲームが市民権を得た」と評されるのである。

イラスト：Rica

攻略本からファンブック、エッセイ、小説まであらゆる「ゲーム関連書」を紹介していく当コーナー。2回目の今回は、87年にリリースされて以来、紆余曲折を経て続くハードボイルドＡＶＧ「神宮寺三郎シリーズ」のファンブック、「探偵　神宮寺三郎　DETECTIVE FILE」をお送りしよう！

『神宮寺』のすべてを堪能できる

ファミコンがこの世に生を受けたのは83年。20周年だとお祝いムードだったのがつい一昨年のことだから、『ドラクエ』や『ＦＦ』に代表される、「ファミコンから始まったシリーズもの」は、これから軒並み20周年を迎えていくことになる。もっとも、そんな長命シリーズなどほんのひと握り。生き残った中でも順調に歩を進めているものもあれば、紆余曲折を経て、時代に即した形でながらえているものもある。

この『神宮寺三郎シリーズ』は明らかに後者だ。87年にファミコン・ディスクシステムで発売された『探偵　神宮寺三郎　新宿中央公園殺人事件』を皮切りに、ファミコン（ＲＯＭ）、ＰＳ、ＳＳ、ＧＢＡ、そして携帯アプリとさまざまに発表の場を変えている。その間には、99年の発売元であるデータイーストの和議申請（03年に破産宣告）などつらい出来事もあった。それでもなお、脈々とこのシリーズが受け継がれているのは、ほかのソフトにはない魅力——ひと言で言えば「ハードボイルドな世界観」によるところが大きいのではないだろうか。ファミコン時代、まだ『ファミコン探偵倶楽部』くらいしかなかった「探偵モノ」というジャンルに、寺田克也氏のシブいイラストを添えて世に送り出した瞬間から、『神宮寺シリーズ』は独自性という点で大きなアドバンテージを手に入れたと思う。

さて、こんな本シリーズだからこそ、ファンブックにも意味がある。表紙には寺田克也氏の名前が大きく出ていて、彼のイラストを売りにした感が漂うが、中身はイラストばかりというわけではない。本文１２８ページというボリュームは決して多くはものの、１作目から最新の携帯アプリ版まで、１タイトル１～５ページでコンパクトに作品を紹介し、それぞれの攻略フローチャートまで掲載している。

また、カラーイラストのページには、イラストの配置によってできる隙間を利用して、開発陣へのインタビューを載せている。これはカコミ扱いの短いものながら、現行スタッフだけでなく過去のスタッフからも談話を取っているのが良い。初期にかかわった人は「当時は神宮寺の大人のイメージが市場で受け入れられ難く、期待度と実際の売上のギャップに悩んだ」と述懐し、近年の作品を手がけた人は、「シリーズの伝統を汚さないようにというプレッシャー」を告白している。さまざまな立場、時代でかかわったスタッフのコメントは読んで楽しいが、中でも１作目から『時の過ぎゆくままで』までのプロデューサーを務めた竹内倫氏の、「思い出ということを差し引いても“楽しい時代”でした」という言葉にぐっときた。そこには、作品に対する本物の愛情、大切にしたいという気持ちが見え隠れしている。

ほかにも、キャラクター紹介や設定画、用語集、そして寺田克也氏と『未完のルポ』以降を手がける西山英一氏の対談などがある。当時はパッケージに女性の裸が出てくるのは異例だったとか、神宮寺のタバコが問題になるとかいった、このシリーズらしい裏話にうなずき、今となっては１作目からかかわっているのは寺田氏だけになってしまったという部分にはがくぜんとした。だが、スタッフが入れ替わっても「神宮寺魂」は受け継がれていくだろうし、ぜひそうあってほしいと思う。ファミコン時代には表現したくてもできなかったシブさや、子どもには理解されにくかった世界観も、今ならば時代が追いついてきた。また新しい作品がやりたくなる一冊である。

ワークジャム公認　探偵　神宮寺三郎　DETECTIVE FILE
伊藤憲臣／朝倉鉄也／秋場広幸／野崎悟史
アスペクト　2400円+税

イベントレポート
ブルボン小林のゲームソムリエ

史上初!? 女子率多めのゲームイベント

前回のこのコーナーで紹介させていただいた「ジュ・ゲーム・モア・ノン・プリュ」の発売を記念したトークイベントが、4月23日（土）青山ブックセンターにて開催された。

当日は春にしてはちょっと暑いくらいの晴天。地図を忘れてしまった私は、うろ覚えのまま現地に突進し、結局は交番のお世話になってイベント開始ギリギリになって会場に到着した。すでに用意された椅子は完全に埋まり、追加のパイプいすが運び込まれてくる状況にも驚いたが、何よりもびっくりしたのはその女子率の高さ！ざっと見回しても7割以上は女子。これにはブルボン小林氏も「ここまでとは」と驚かれたようだが、実はそれが狙いでもあったとのこと。そもそもイベントを計画された当初から、「女子の来るイベントに！」というコンセプトがあったという（そのために、会場にはカフェをと考えていたようだ）。その狙いは見事に当たって、周囲にいわゆる「アキバ系」はほとんど見えず、ごく普通のおしゃれさんばかり。やはり参加する側としてはこういう状況のほうが安心できる。

さて、このイベントはそもそも「ジュ・ゲーム・モア・ノン・プリュ」を補完する形で計画された。ゲームの面白さ、おかしさを伝えるのに文字には限界がある。そこで、実際に動くゲーム画面を見せ、多彩なゲストも交えてのトークで楽しもうという主旨である。ゲストには『アクアノートの休日』の飯田和敏氏、『シーマン』の斉藤由多加氏、『ぷよぷよ』の米光一成氏など、本誌読者にもおなじみのクリエイターをはじめとして、「Webやぎの目」の林雄司氏、スチャダラパーのボーズ氏と、次々に現れるゲストに3時間近いイベントも短く感じる内容の濃さだった。

ステージに用意されたプロジェクターに「当日の昼まで編集していた」というゲーム映像を流し、ゲストとのやりとりが続く。「怒られゲー」として『サージカルストライク』を用意したり、「F-1ゲームで片山右京に逆走させたときのアナウンサーの反応」を流すなど、ゲームに詳しくない人でも見れば純粋に楽しめる内容がメインだ。それだけに、やや濃いメンツにとっては物足りなさも感じたかもしれないが、そこは斉藤氏が現在制作している『Odama』の最新映像などのレアもので、がっちりとバランスを取っていた。

個人的には、やはり「素人さん」がゲームのイベントにこれだけ参加してくれるということ（もちろんこれは、ブルボン小林氏やゲストのファン層にも寄るところは大きいと思うが）、そしてゲームの素人さんというのは、こういうネタで笑ってくれるんだ、という新鮮な発見があったことだろうか。

ゲームといえばオタク。イベントに来るようなゲーマーはその際たるもの。そういう思い込みが、こちら側にもあったのではないか。下火とか斜陽とか言われていても、ゲーム文化はちゃんと根づいてきたんだなと思う。

季節に合わせて業界も微妙にホット

●え〜暑さ寒さは彼岸までとは申しますが、もうクソ暑いじゃないですか〜。今時の19歳であるオネーさんとしては、13時になるともうホームシックですよ。小泉内閣には任期中に郵政民営化のまえにシエスタ制度が実現される事がオネーさん的な悲願です。

○ショッテからブーたれて理由もなく切れるイマドキのオネーさんですが、ナムコ・バンダイ提携により更にゲーム業界のグループ化が加速しつつありマスネ。なんだか金融業界の様相を呈しつつある気がするのはシシタンだけでしょうか？　その先には寡占により更にゲームが保守傾向になる気がするンデスケドー。

●うーあちー、やってらんねー。

○ダーハハ聞ーてネーシ！

■初めて投稿します。最も信用できる雑誌として、唯一購入している雑誌なので、これからもこの方針でがんばっていってください。
（千葉県　ONI軍曹）

●危険な思想ですが、初投稿のご祝儀で掲載させていただきます。

■読者投稿頁に載っている方々、常連ばっかりですね。
（宮崎県　お．）

○ソレぐらい偏っているのデス。新しい才能に期待しマス。

■公平で知的な文章の水野隆志さんが好きで、線の細い優しめの感じのひとだと思ってたら、おっさんだったのでがっかりでした。
（大阪府　ぱぱいや）

●そんな貴様はナニを期待していたというのだ？

■最近の（PS2以降）のナムコのゲームを再批評もしくは批評して下さい。世間の評価が高すぎるような気がしてなりません。
（福岡県　ALESHI-27）

○今ちょっとガンダム絡みで気の毒な状況デス。

■ギャルゲー特集に合わせて、忙しい中「出会い系サイト」に挑戦した名越社長に感服致しました。
（千葉県　床屋刈）

●純粋に趣味だと思いマス。

○大人は何かと言い訳が必要なんデス。

■今後の新作発売予定の大半を任天堂系ソフトが占めるGCに愛の手を！（任天堂の特集を希望）
（福岡県　アンチホークス）

○なんだかGCは昔のセガハードのようになりましたヨネ。

■最近はweb上のBBSやブログが発端になって特集が組まれることが多いですよね。自然なことなのでしょうが、日頃そういう所に顔を出さないユーザーはますますカヤの外って感じがします。もはや読者の資格すら怪しい？
（茨城県　c.g.ponn.）

●半々ぐらいじゃないすか？　根拠ないですけど。

■ネットでアンケートに記入してるのですが、やっぱ自分はアナログ人間なのか？　紙に書きたい……。でも紙アンケートの方は質問が限定的だし。ナゼ？
（埼玉県　仮眠スキー）

○ソコちょっとシシタンも気にしてる部分デス。

■おもちゃ屋店員として、今号の特集にはかなり興味がありました
（茨城県　なつ）

○店頭の方には死活問題デスカラネ～。

■傾向別ギャルゲープレイヤーの頁にはうなずくところが多かった。いるよねイタいヒト。
（長野県　世迷い子）

○どの世界にもイタイひとイマス。

●イタイ者同士でなじり合うとかも多いですな。

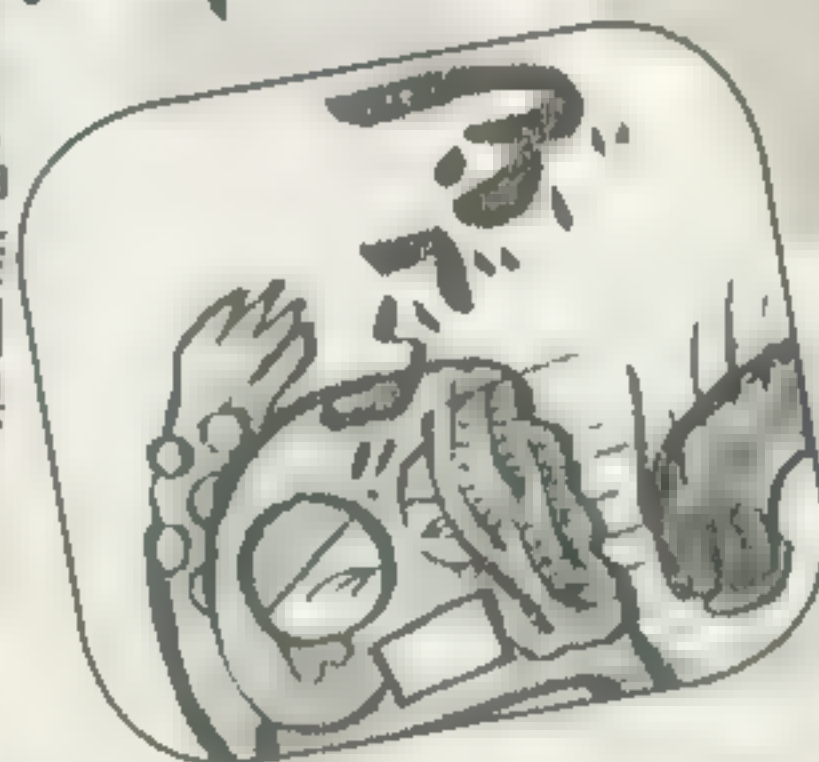
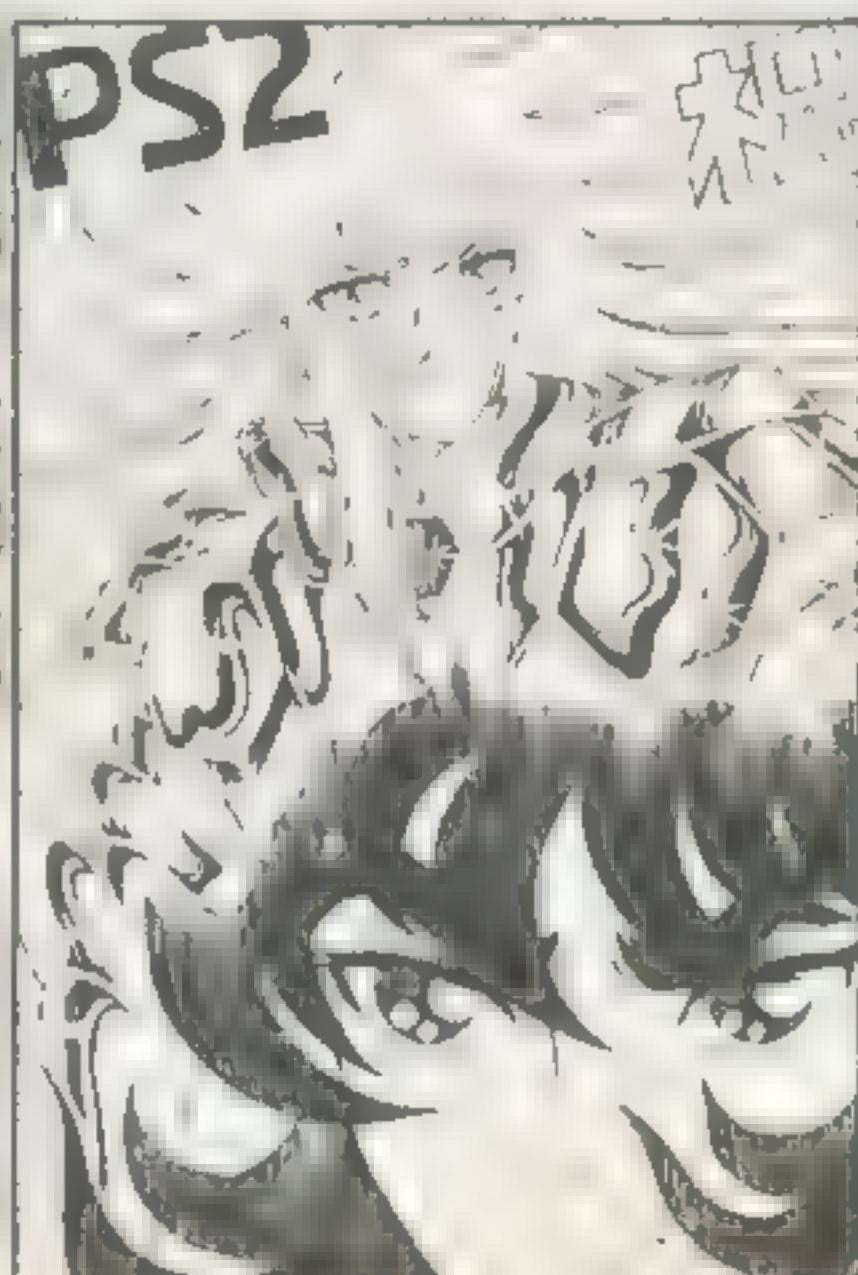
■唐突ですが、私が『ウルトラマンファイティングエヴォリューション3』を買ったのは、この作品をプレイすることが一番の目的ではなく、シリーズの灯を消すことなく、いつの日かピュアアクションゲーム（笑）の傑作ウルトラマンゲームが世に出て欲しいと思っているからなのです。こういう考えは甘すぎでしょうか。今さらな話ですし、ゲームとは関係ありませんが、「コエンザイムQ10」は何度聞いても、確かに機械獣の名前としか思えません。ロケットパンチから光子力ビーム、ブレストファイヤーの安定トリプルコンボで大爆発という姿が目に浮かびます。
（大阪府　鯛釣船米洗）

読者イラストギャラリー

〈神奈川県　石塚コッフェン〉

〈大阪府　玉[illegible]〉
オネーさんと同じく、シシタンも永遠の12歳なのです、本当です。

〈群馬県　春本峰男〉
色鉛筆での力作です。ちゃんと印刷に出るかな……。

〈愛媛県　しりすぼみ寿〉
『かえるのぱにょん』……これはまたずいぶんマイナーな……。

〈東京都　上野健二郎〉
まさに「水を得た魚」状態ですね（笑）。

〈埼玉県　キャラメル・Z〉
ゲームは一日1時間！　約束だ!!

切にイラスト募集中!!
〒104-0041
東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
㈱マイクロマガジン社
「隔月刊ゲーム批評」編集部
イラストギャラリー係　まで
なお、応募イラストは返却できませんので、ご了承ください。

○そういう志のある方が
傑作を創るンデス。シシ
タン的には内山まもる先
生の宇宙警備隊アンドロメダ星雲
支部隊長メロスが出てくるダケで、
マストバイ！　デス。
●機械獣はともかくコラーゲンは
大切です。
■"ギャルゲー祭！"最高でした。
しかし女のわりにギャルゲーをプ
レイする私にとっては、女性のレ
ビュアーの記事がなくて残念でし
た。「友達とギャルゲーについて
話す」とか不可能だしねえ……。
(大阪府　玉魯)
○女性のギャルゲー好き
結構多いデスヨネー。
●エロゲー好きもケッコ
ー多いですよ。
■期待通りのギャルゲー祭よりも、
ノーマークだった乙女ゲー特集が
面白かった。誰か乙女ゲーをくれ。
(岩手県　頼りない空)
○買いなサイ。
■アメリカでのPS2関連の裁判
(判決)についてどういうことか
良くわからないので、レポートを
してほしいです。マイクロソフト
の策略でしょうか？
(大阪府　かどまじんDK)
○という訳で『ゲーム川柳』が投
稿多数につき安定傾向になりマシ
タが新たな才能を募集しておりま
すので皆様頑張ってくだサイ！
■「北海道／行ったつもりで／風雨
来記」最近プレイして良くできたゲ
ームだなーと改めて思いました。
(大阪府　玉魯)
■「古本で／見つけましたよ／ホ
エホエ氏」90年代半ば頃の各ゲー
ム誌で、脳みそホエホエ氏の投稿
イラストを発見したので。
(岡山県　じつ)
■「ファイの字を／あと読み違え
／あなるあぷろ〜ち」(古い)
(大阪府　鯛釣船米洗)
■「ゲーム誌で／チェックするの
は／漫画欄」漫画目的で読む人も
いるのではないでしょうか？
(福井県　ぺんぎん)
■「コントローラ／何処へやった
か／XBOX」ほぼDVDプレイ
ヤー状態です。(岡山県　RYO)
●ちなみに掲載を狙う方はココが
一番の穴ですから。

読者遊戯

○では、今回のお題は、「このゲームキャラは一生忘れられない！」デス！

■ディスクシステムソフト『デッドゾーン』のキャリー。ラストに泣いた泣いた。今でも少しトラウマ……？

（茨城県　なつ）

■『ドラクエⅢ』で話しかけると「足にしょんべんがかかっちまったじゃないか」としゃべるキャラ。

（三重県　HN）

■『幻想水滸伝2』で再登場した1の主人公「坊ちゃん」、登場したことに驚き、自分のつけた名前だけに思い入れは深く、そして話に泣いた。

（大阪府　ぱぱいや）

■『役満』に出てくる「ヤクマンセンニン」。この世にテーブルゲーム数あれど、ここまで次元を超えたイカサマしてくるのはコイツぐらいだと思います。でも不思議と憎めないのは何故だろうか。（東京都　ゼノビア）

■ジャントニオ飛場。「マニアックプロレス」（PCエンジン）の最後の敵です。こんなに笑えたゲームは、これだけです。笑えるゲームって貴重ですよね。

（大阪府　やまかつ）

■スライム（『ドラゴンクエスト』シリーズ）。今まで何匹のスライムをつぶしてきたことか。強くなれたのは君たちのおかげだ。感謝。

（千葉県　グッホジッへ）

■ミュートロン君（『ミュータントナイト』）。巨大な目玉親父。これが主役だなんて……。

（埼玉県　HDK）

●皆様結構普通ですね。フェティッシュ理由を期待しましたケド。

○デ、次号のお題は、**「どうしてコレがゲームにならないの？」**デス。マイブームの漫画、小説、スポーツ色々有リマスが、業界の風穴を開けるマイナーコンテンツを是非発掘してクダサイ！

更にソレらは同じようなゲームゆえ同じタイミングでスタートして同じ位のスケジュールになっちゃうから発売タイミングも同じよーになっちゃう場合も有るかな……と

新発売

新発売！

は～～

ヤッパ開発スタッフごとに得意技というか得手不得手のジャンルあるしメーカーが違っても開発会社が同じならそういうカブリはあるモンです

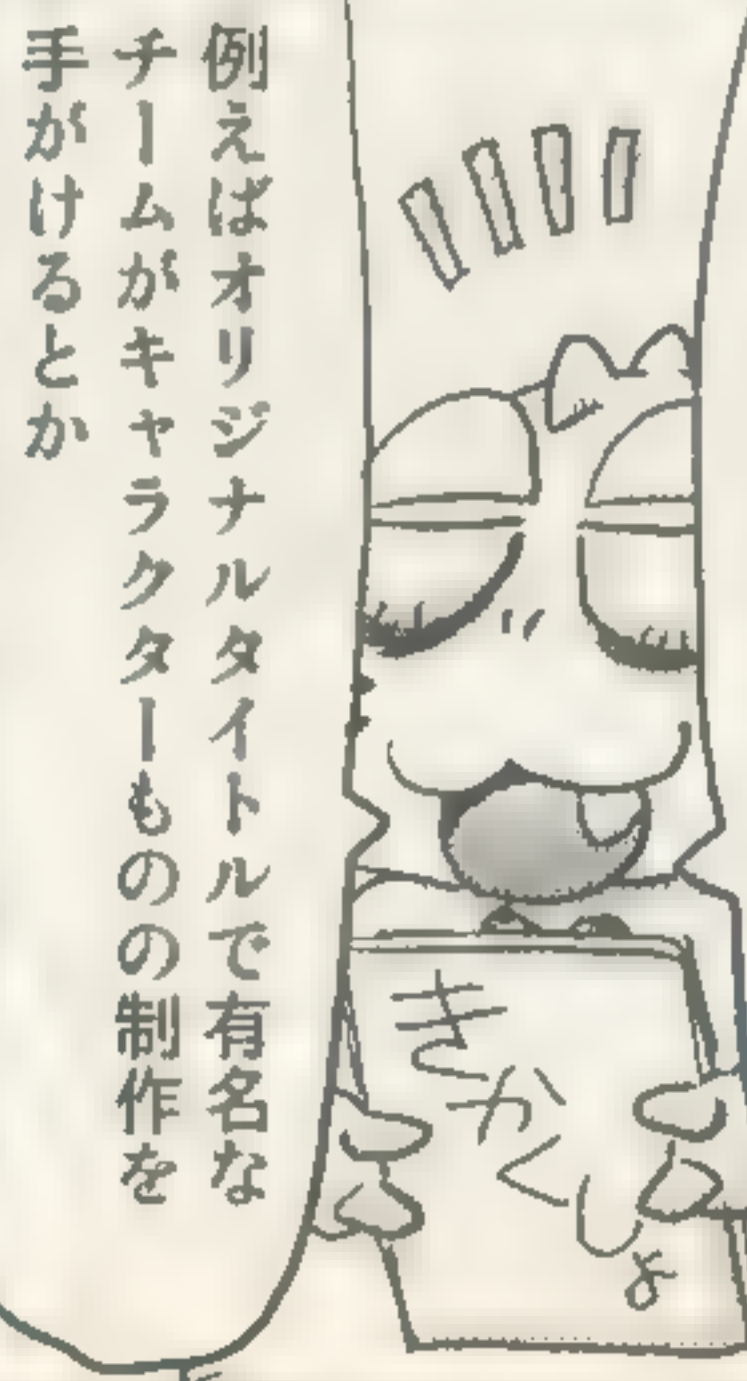
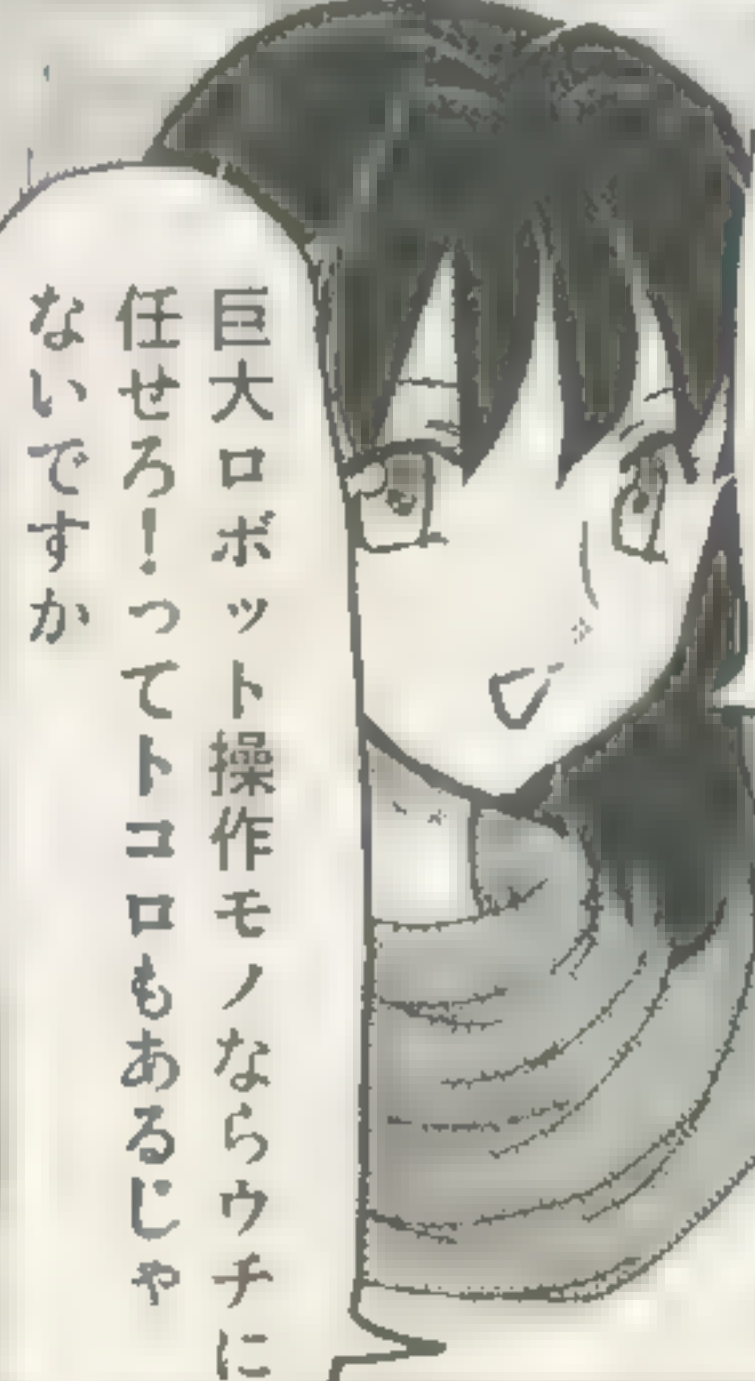
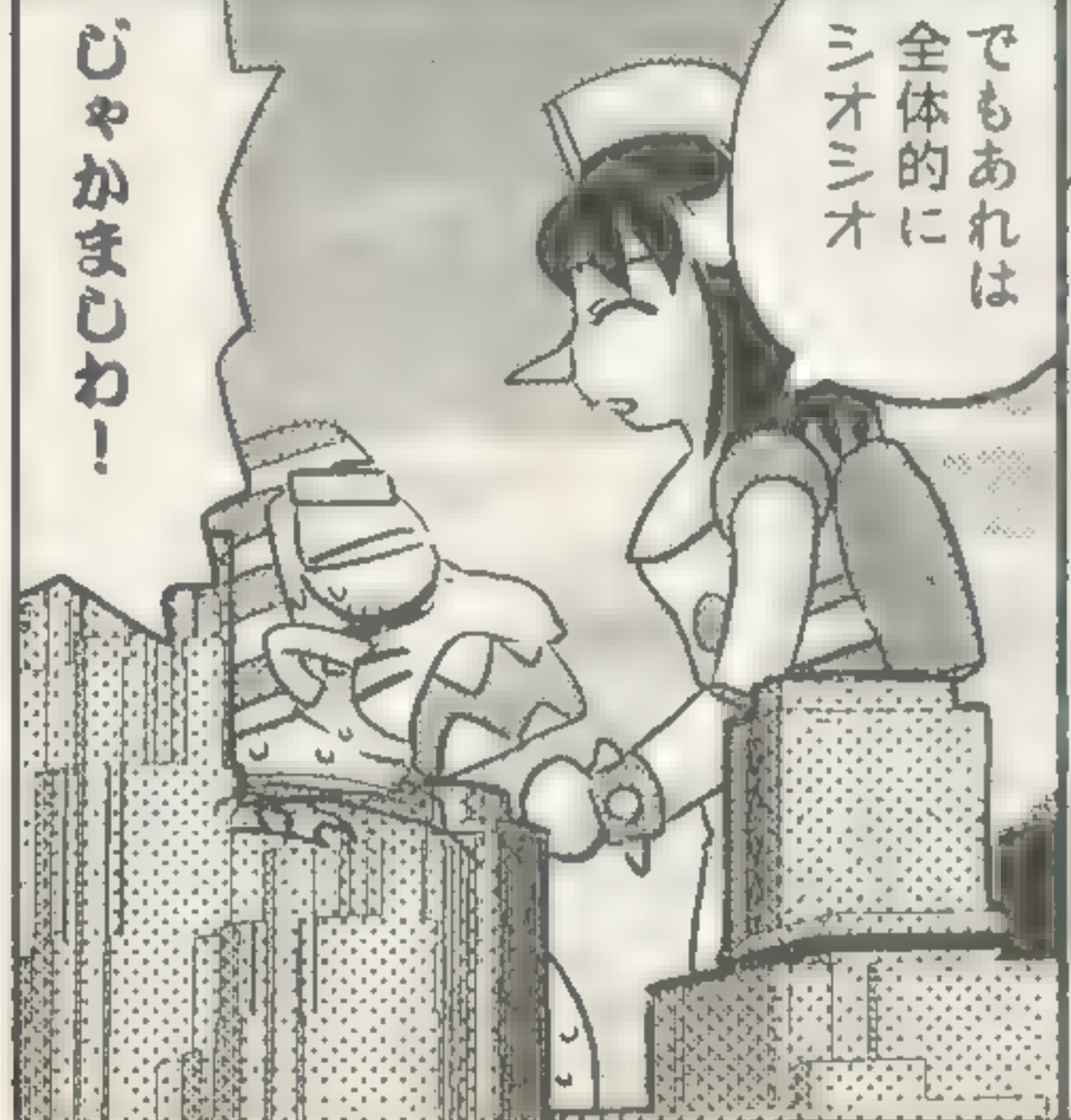
外部の開発会社での契約書には〝**むこう何年は同種のゲームを作ってはならない**〟という条文をつけてるケース多いデス！

ダメ

ふーん

マー得意技がある開発チームというのは得てしてそんなモンですケド逆を言えば開発チーム自体がブランドになってる訳デスカラ上手く棲み分けてオシゴトする分には良い事ダト思いマス

例えばオリジナルタイトルで有名なチームがキャラクターものの制作を手がけるとか

きかくしょ

あー最近多いですねー特にロボット物に

巨大ロボット操作モノならウチに任せろ！ってトコロもあるじゃないですか

◆**天野譲二**／あまの・じょうじ
TOKYO-MEGAFORCE隊長兼電子遊戯鬼畜道師範。著書に「電子遊戯鬼畜道」「面白いDVDの本」等。東京12チャンネルで昔見た映画を探して、PAL方式のDVDにも手を出す日々。遠藤正二朗さん、また飲みましょう。HPはhttp:/ megaforce.org/

◆**飴尾拓朗**／あめを・たくろう
奇行師団G-tr'ance丁稚。夏頃までのスケジュールがほぼ固まる中で、ガンプラ中毒は依然として継続中。そろそろ簡単フィニッシングを卒業して、エアブラシ環境を復旧させるか検討中。

◆**Alexander服部**／あれくさんだー・はっとり
最近はネットラジオの収録などで微妙に忙しい今日この頃。自分の本職をすっかりと忘れてしまいそうな勢いなのが怖い。

◆**池谷勇人**／いけや・はやと
アナリスト兼ライター。今年のE3は行きたかった！　けど仕事が山積みでE3どころか休みも取れません。仕方がないので会社からネットでE3関連ニュースをあさる日々。

◆**卯月鮎**／うづき・あゆ
レビュアー。携帯アプリ版『探偵・癸生川』シリーズを何作かプレイした。仕事柄、あまり電車に乗らないので、すべて家の中でプレイ。携帯にコントローラをつなぎたい。
http://www.f8.dion.ne.jp/~dryfish/

◆**大杉仁**／おおすぎ・ひとし
「地獄変」に召集された理由がいまいちわからないギャルゲー知らず辺境系ライター。ひとつお手柔らかにお願いいたします。

◆**大槻典博**／おおつき・のりひろ
71年生まれ。関西大学社会学部卒。E3は中村彰憲氏と共に取材。

◆**がっぷ獅子丸**／がっぷ・ししまる
68年生まれ。アーケードおよびコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームがある。バカ雑誌のライターを兼業し、仕事との葛藤に悩むシックでメロウな37歳。

◆**紀野康隆**／きの・やすたか
阪神の勝ち負けに仕事のやる気だとかを大きく左右されるフリーライター。今年もすでに何度か球場に足を運んでいますが、球場で観戦する試合は昨季から通算して6連敗中。なんなんだ。

◆**櫛引直樹**／くじびき・なおき
72年生まれのフリーライター。今回の記事作成にあたって、いろいろな方に予備取材を行い、改めてゲーム制作の難しさと楽しさを伺うことができました。ご協力いただいた皆さま、ありがとうございました。

◆**斉藤智晴**／さいとう・ともはる
任天犬に萌え萌えなので今回の原稿でも取り上げたかったんですが犬ころの媚態をちゃんと描くの無理！　っつか今回の犬も下手！　精進誓うイラストレーター。
http://www.ocv.ne.jp/~la-saito/（←ちょっと更新予定）

◆**鴫原 盛之**／しぎはら・もりひろ
学生時代からゲームライターを始め、卒業後は某メーカーで営業職として7年弱勤務し、昨年またライター業に復帰。今年は雑誌の記事以外にも単行本やwebサイトの運営などの仕事にもチャレンジすべく、近々営業の旅を開始予定。最近の禁句は「預金残高」らしい。

◆**スサノヒロキ**／すさの・ひろき
某コンピューター周辺機器メーカー勤務後、フリーライターに。XBOX、PS2、GCの中で一番稼働率が高いのはGC。XBOXはマイフェイバリットDVDプレイヤーです。なぜでしょう!?

◆**多根清史**／たね・きよし
フリーライター。現在、E3に初参加中です！　国内では見られないショーマンシップに圧倒されぎみですが、「英語に不自由な日本人は世界で損してる」ことも目のあたりにしたり。

◆**中村彰憲**／なかむら・あきのり
69年長野県生まれ、学術博士、立命館大学政策科学部助教授。今回は「ファミ通ゲーム白書2005」で、中国・ロシア・インドの最新ゲーム事情について担当させていただきました。奇天烈な世界を堪能したい方は、ぜひご一読下さい。

◆**脳みそホエホエ**／のうみそ・ほえほえ
職業イラストレーター、他。最近は仕事忙しすぎてゲームやる時間が全然取れなくなりました（汗）。そんなわけで「絵でみる～」は脳ホエが担当するのは今回で最後です。ふと気づけば結構長い間やらせていただきましたね。お世話になりました。

◆**橋本和明**／はしもと・かずあき
小学生時代からプログラマーとしてゲーム制作に携わり、シナリオライターなどを経て、現在はゲーム制作の下請け会社を経営しつつ、フリーライターとしてさまざまな雑誌で活躍中。

◆**春生文**／はるお・あや
ライター。中島みゆきの歌に「靴を脱ぐ場所があけてあるふるさと」というくだりがある。ほとんどログインし

ないのに課金だけ続けているネトゲは、まさにそんな感じである。無駄な気もするけど捨てられないたくさんのふるさとだ。

◆**松田剛**／まつだ・つよし
74年生まれ。ライター。本誌は久々の登場ですが、こちらは相変わらずのサッカーゲームバカ。仕事でも扱っている『WE』なのに、ネットワークでちょくちょく出没しております。

◆**藤原修二**／ふじわら・しゅうじ
「ゲームが影響した」的報道によって秋葉原の雰囲気が、またちょっと変わりました。ネタにされたり持ち上げられたり締め付けられたり。オタクは便利な存在なんでしょうかね。

◆**水野隆志**／みずの・たかし
最近映画館に行く暇がなく、やむなくDVDでもとレンタルしてきたら、プレイヤーが壊れた。しかも保証期間外。うぅ……。

◆**箭本進一**／やもと・しんいち
フリーライター。近刊に「NEC8ビットパソコンPC-8001・PC-6001永久保存版」（アスキー・共著）。

ゲーム批評「読者アンケート」

今月も「ゲーム批評」をご愛読いただき、まことにありがとうございます。
今後の「ゲーム批評」企画編集の参考にさせていただきますので、よろしければご意見ご感想をアンケートにてお寄せください。
お答えいただいた内容、ご住所の一部とお名前(ペンネーム)を「ゲーム批評」誌面に掲載させていただく場合がございます。その旨ご理解をお願いいたします。
ご回答いただいた方の中から抽選でプレゼントをお送りいたします。その際にご記入いただいた個人情報（ご住所、お名前、電話番号）を利用させていただきます。ご了承ください。
締切は2005年7月17日、当選者の発表はVol.64（8月3日発売）にて行います。
プレゼントについては、127ページをご覧ください。

インターネットの応募

インターネットを利用できる環境にてアクセスされると、アンケートの送付が簡単にできます。

下記に設置しております、
応募フォームをご利用ください。
http://www.microgroup.co.jp/mm/game/g-survey.htm

本ページ下部の応募用紙（コピー可）を切り取り、はがきに貼り付け、もしくは封書にて以下の宛先に送付してください。

〒104-0041
東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
(株)マイクロマガジン社
「ゲーム批評Vol.63
アンケート係」行

以下は表面にご記載願います

■氏名（ふりがな）
■ペンネーム［不要の方は結構です］
■郵便番号　■住所
■年齢　■性別　■職業

以下は右欄にご回答ください

①欲しいプレゼントを125ページより１つだけ選び、商品名をご記入ください。

②面白かった記事のページ番号を３つ記入してください。

③面白くなかった記事のページ番号を３つ記入してください。

④本誌を購入した理由、もしくは購入しなかった理由は何ですか？

⑤本誌を毎号買っていますか？
1. 毎号必ず買う
2. 書店で見かけたときだけ買う
3. 特集内容に興味があるときだけ買う
4. 「ゲームソフト批評」に興味があるときだけ買う
5. 初めて買った

⑥「美少女ゲーム地獄変」の勝者はどちらだと思いますか？　また、次回希望するお題がありましたらお聞かせください。

⑦新ハードの中で期待している機種は何ですか？

⑧新ハードの中でコケると思う機種は何ですか？

⑨「どうしてコレがゲームにならないの？」という小説やマンガ等はありますか？

⑩本誌に対するご意見、ご感想、今後のご要望などをお聞かせください。

「ゲーム批評」Webサイトアンケートフォーム及び メールフォーム不具合についてのお詫び

05年4月中旬に、弊社サーバーを移転した際の不具合により、5月中旬までメールフォーム、アンケートフォームともに使用できない状態になっておりました。

読者の皆様には多大なご迷惑をおかけいたしましたことを、深くお詫び申し上げます。

完全に復旧いたしましたのがアンケート締切当日の5月17日になってしまったことから、急きょ、サイト上でのアンケート及びプレゼントの締切を、Vol.63発売前日の6月2日まで延長させていただきました。

そのため、Vol.62の読者プレゼントの当選者の発表はVol.64にて、あわせて行わせていただきたいと考えております。

二度とこのような不手際のないよう、チェック体制を強化していく所存です。

今後とも変わらぬご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

ゲーム批評編集部

ゲーム批評「読者プレゼント」

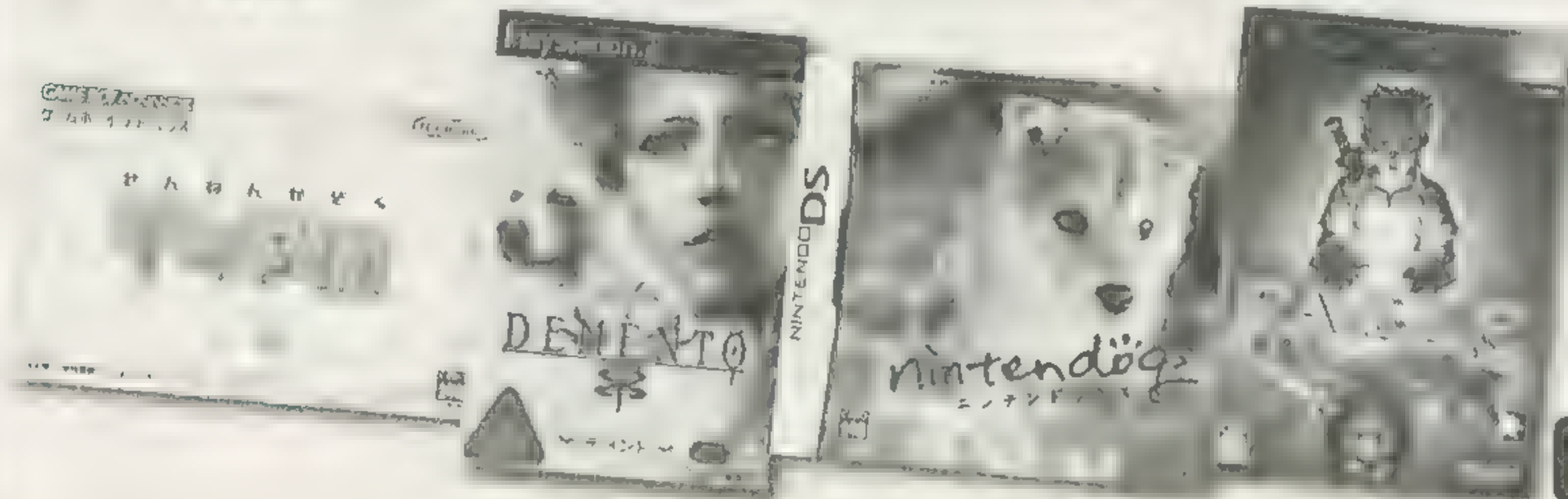
今号も「ゲーム批評」をご愛読いただき、誠にありがとうございます。
アンケートにご回答いただいた方の中から抽選で6名様にプレゼントをお送りいたします。
締切は05年7月17日、当選者の発表はVol.64（05年8月3日発売予定）にて行います。
アンケートについては、126ページをご覧ください。

1. PSP本体

1名様

2.『ファイアーエムブレム　蒼炎の軌跡』

1名様

3.『千年家族』、『DEMENTO』、『ニンテンドッグス』、『FABLE』

各1名様

ウソ予告懺悔の小部屋

前号の次号予告で「出たらやります！　FF特集」と打ったのだが、当然出てるわけもなく――。

「出るわけないだろ！」おしかりのお便り多数

奥山：いやー、結局『FF12』は出ませんでしたね。[illegible]を経て、公式な発売は2005年度中に変更になりましたし。ってことは来年の**春ギリギリですか。**

櫻川：そうですね……っていうか**本気で春に出ると思ってたんですか!?**

奥山：理性は「出るわけない」と言ってたけど、スクエニさんが公式に「2005年春」って言ってる以上、信じてみたいじゃないですか。だってGW明けに出た「ジャンプ」のゲームコーナーだって、まだ「春発売」になってましたよ。

櫻川：そりゃそうですけど。

奥山：それに予告打った3月の段階では、まだ望みはあったじゃないですか。

櫻川：望み、とか言ってる時点でそれ**望み薄**ですよ。[illegible]春[illegible]5月末ですよね。[illegible]の発売[illegible]かなかった[illegible]もいろいろ来てますよ。

●『FF』が出たらやるとか書いてありましたが、春に出るはずないことなんて僕らシロウトだってわかるんですけど……。

（東京都　生麦茶）

●ゲーム批評編集部って、ゲームマスコミのくせに裏情報とかわからないんですか？

（千葉県　モフモフ）

●「FF」特集の予告に関してですが、もしあれが本気なのだとしたら貴誌の取材力、洞察力を疑いますし、冗談だとしたら次号予告という多くの読者が楽しみにするであろう場所で、紙面を割いてまでやる冗談ではないと思います。いずれにしても編集部にはシッカリとしてもらいたい。

（愛知県　最近額が気になる）

奥山：……。

櫻川：ね？

奥山：[illegible]のとおりです。はい。期待させてしまった方には申し訳ないと……。

櫻川：いや、**誰も期待してませんよ。**むしろ「お前らは期待してたのか？」と怒られているわけでして。

奥山：期待はするでしょー、期待は！『FF』出たら、PS2とソフト持って、都内のラグジュアリーホテルに1週間くらい泊まってひたすら[illegible]でプレイしますよ。

櫻川：それ一体いくらかかるんですか。金の使い方間違ってますって。

奥山：とりあえず、**出ると信じて予告打ったのがバカだった**ということで――。

櫻川：ここはひとつ、土下座させていただきます。

奥山：申し訳ありませんでした！

バックナンバーインデックス

Vol.62　2005年5月発行／780円(税込)

■PSP ニンテンドーDS 噂の真相
「ゲートキーパー事件とは？」「PSPの不具合問題」等
任天堂、SCE両者に突撃取材を敢行

■ギャルゲー祭！
「To Heart 2」発売騒動記
身近に転がる萌えへの誘い

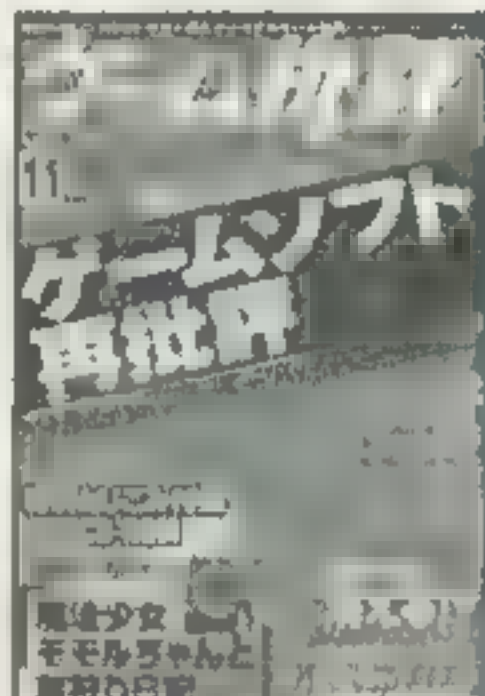
Vol.61　2005年3月発行／780円(税込)

■PSPvsニンテンドーDSソフトレビュー
「研修医　天堂独太」「リッジレーサーズ」など計10本を批評
「ライフスタイル」のPSP、「異質な体験」のニンテンドーDS

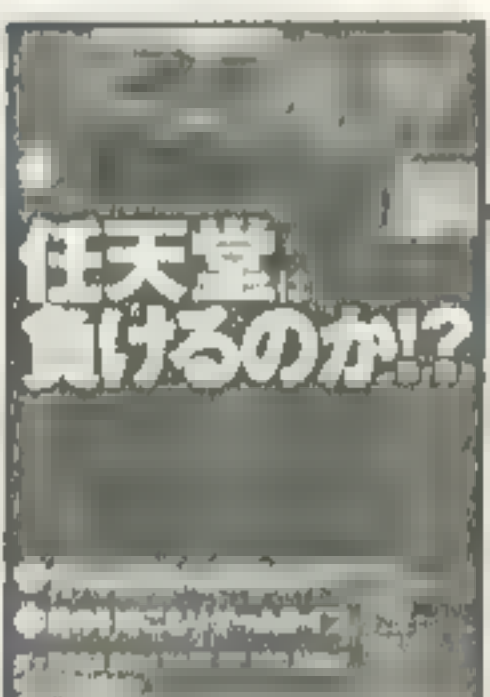
■XBOX、何がしたいの？
XBOX3年間の軌跡
XBOX、こうすれば売れる？

Vol.60　2005年1月発行／780円(税込)

■2004年GJゲームアワード
「バーンアウト3」「プリンス・オブ・ペルシャ」
「EyeToy:Play」など計13本を紹介

■PCゲームをやらないか？
日本ファルコム 加藤正幸氏インタビュー
ローカライズの難しさを君は知っているか？

Vol.59　2004年11月発行／特別定価880円(税

■ゲームソフト再批評
「Doom」、「バイオハザード」、「AZEL」、「Air」など計12本
連載「ダイスの挑戦」のその後を探る

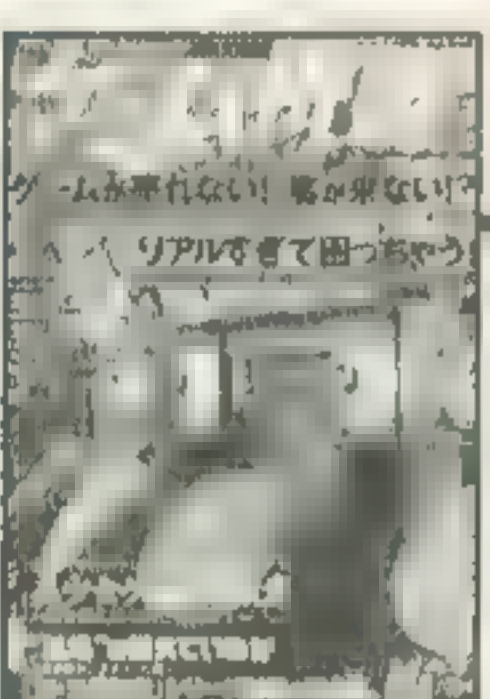
■ゲームが消える!?　～古いソフトはどうなるのか～
ベスト版のあり方とは？
エミュレータは「悪」なのか

Vol.58　2004年9月発行／780円(税込)

■任天堂は負けるのか!?
過去の開発環境に見るDSへの展望
岩田社長発言と開発者の声から探る任天堂の新戦略

■タダより安いものはない!?　フリーゲームの今
なぜ、フリーゲームを作るのか
おすすめフリーゲームサイト

Vol.57　2004年7月発行／780円(税込)

■珍ゲーで、何が悪い
珍ゲーが売れない代名詞となってしまった理由
新しくも珍しいタイトル作りに挑戦する意味とは!?

■買ってはいけない攻略本
攻略本制作担当者の苦悩
攻略本クロスレビュー

Vol.56　2004年5月発行／780円(税込)

■ゲームが売れない！　客が来ない!?
ゲームを売るための壁と求められる戦略
アーケードゲームが本当に抱える問題

■リアルすぎて困っちゃう！
3D酔い、操作上のストレスは解消できるのか
ゲーム業界全体で考えるべき問題とは

Vol.55　2004年3月発行／780円(税込)

■シリーズゲームの盛衰
成長・安定・衰退　計9タイトルのシリーズ分析
シリーズゲームの市場占有率

■クリエイター再編
名物クリエイターが生まれないのはなぜか?
ゲームリパブリック代表「岡本吉起氏インタビュー」

郵送定期購読のご案内

定価780円(税込)×6回
4,680円

**従来の郵送による年間定期購読も引き続き受け付けております。
こちらもぜひご利用くださいませ。**

お申し込み方法

1. 巻末に綴じこんである「払込取扱票（郵便振替用紙）を切り離す。
※払込金受領証は切り離さないようご注意ください。
2. 初めてお申し込みされる方は、誌名横の「新規／継続」欄の「新規」に丸をつけてください。
3. 購読期間（1年間のみ）、郵便番号、住所、氏名、E-mailアドレス、電話番号をご記入ください。
4. 郵便局窓口にて所定の金額を添えてご提出ください。

【注意事項】

■締め切りは発売日2週間前になります。締め切り後のお申し込みは、その次の号からに変更させていただきます。※次号9月号からのお申し込みは、7月19日(火)までにお申し込みください。
■本誌巻末の払込取扱票以外でのご入金は受け付けかねますのでご了承ください。
■定期購読中の途中返金は受け付けかねますのでご了承ください(刊行ペースの変更・価格変更の際は別途ご連絡を差し上げます)。
■お申し込み時にご記入いただいた個人情報(お名前、ご住所、電話番号)は、「ゲーム批評」の郵送時のみ利用させていただきます。

書籍の未着、送り先住所変更など、各種お問い合わせは、お手数ですが下記連絡先までお願いいたします。

お問い合わせ先
株式会社マイクロマガジン社　販売営業部
TEL.03-3206-1641　FAX.03-3551-1208
(お電話でのお問い合わせは、土日祝日を除く平日AM9:30～12:00、PM1:00～6:00までとさせていただきます)
E-mail: hanbai@microgroup.co.jp
(件名は「ゲーム批評・定期購読」とご記入ください)

Editor's Room

二[illegible]化粧品を愛用[illegible]ーカーが化粧品から撤退することになりました。[illegible]て2本確保。これがなくなるまでに、代わりを見つけなきゃ……。そして毎日のように通っていた会社近くのパン屋がツブれました。閉店日は「ゲーム批評」の[illegible]の商品が売り切れ[illegible]同じことを考えた人はるかったようです。お気に入りがなくなっていくのは寂しいですね。（奥山）

新[illegible]ドの話題もにぎやかですが、[illegible]が合併だとか、[illegible]ドソンを連結子会社化だとか、そちら方面も何かと騒がしいですね、最近。[illegible]全国統一[illegible]私は、ゲーム業界の端っこにぶら下がる身としてははたしてアリなんでしょうか。（櫻川）

アンケートはがきについてのお知らせ

「ゲーム批評 Vol.52」よりアンケートはがきを廃止し、インターネットによる集計へと変更となりましたので、下記URLへのアクセスをお願いいたします。
http://www.microgroup.co.jp/mm/game/g-survey.htm
なお、はがきや封書での募集も引き続き行っております。
読者プレゼントの告知などもございますので、詳しくはP126をご参照ください。

ゲーム批評　7月号 Vol.63

平成17年7月1日発行（年6回隔月1回・偶数月3日発行）
第12巻第4号通巻98号　定価780円（本体743円）

発行人：武内静夫
編集人：武内静夫
編集長：奥山美雪
編　集：櫻川実文
販売営業：浜崎　肇／清水俊雄／八木司郎／山田浩樹／中川雄之介
広告営業：森　崇（株式会社マイクロハウス）
表紙イラスト：緒方剛志
カバーデザイン：pi-park
本文デザイン：株式会社エストール
　　　　　　　内田雄介／田中美樹（株式会社マイクロクリエイティブ）
印　刷：株式会社廣済堂

発行所：**株式会社マイクロマガジン社**
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル
編集部　TEL. 03-3551-9563　FAX. 03-3551-9384
販売部　TEL. 03-3206-1641　FAX. 03-3551-1208
広告部　TEL. 03-3555-1206　FAX. 03-3297-0180（株式会社マイクロハウス）
http://www.microgroup.co.jp/

Editor's Room

ナリッチのバーズオバラサンという化粧品を愛用していたのですが、このメ

払込取扱票

02 東京

通常払込料金加入者負担

口座番号	0	0	1	2	0	2	百	十 1	万 2	千 3	百 2	十 9	番 5

金額	千	百	十	万	千 4	百 6	十 8	円 0

加入者名：株式会社マイクロマガジン社

料金　　特殊取扱

定期購読誌名	※購読期間	送金額（送料当社負担）
ゲーム批評　※新規 継続	月号より1年間	4，680円

通信欄

フリガナ

送付先御住所　払込人住所と送付先が異なる場合のみ記入

□□□－□□□□

フリガナ

送付先御氏名

電話	年齢	性別
TEL	才	男・女

ご依頼人

（郵便番号　　　　）

※

（e-mail：　　　　）（電話番号　　－　　－　　）

受付局日附印

各票の※印欄は、ご依頼人において記載してください。

切り取らないで郵便局にお出しください。

裏面の注意事項をお読みください。（郵政事業庁）（私製承認　東第39624号）

これより下部には何も記入しないでください。

キリトリ線

払込金受領証

記載事項を訂正した場合は、その箇所に訂正印を押してください。

口座番号：0 0 1 2 0－2　百 十 1 万 2 千 3 百 2 十 9 番 5

通常払込料金加入者負担

加入者名：株式会社マイクロマガジン社

金額	千	百	十	万	千 4	百 6	十 8	円 0

ご依頼人　※

料金

特殊取扱

受付局日附印

Next Announcement....

■特集1

目が離せない!

新ハード、勝つのはどれだ!?

■特集2

オトナのための

本当に遊べるネットゲーム

■2号連続企画

いよいよ「TS」新作レビュー登場

『ファイアーエムブレム』『ティアリングサーガ』新作徹底比較!!

■大好評! ソフト批評

『喧嘩番長』(PS2)、『キラー7』(PS2)、『GENJI』(PS2)、『ドラッグオンドラグーン2』(PS2)、『ナムコクロスカプコン』(PS2)、『ジェイドエンパイア』(XBOX)、『メトロイドプライム2』(GC)、『ちびロボ!』(GC)、『超執刀カドゥケウス』(DS) などを予定

予告内容は都合により大きく変更になる場合がございます。

隔月刊 ゲーム批評 次号64号は… 2005年8月3日(水)発売予定!!

応募先 〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
(株)マイクロマガジン社 ゲーム批評編集部「ライター大募集係」(担当:奥山)

平成17年7月1日発行第12巻第4号通巻98号　発行人：武内静夫　編集人：武内静夫　発行所：(株)マイクロマガジン社　〒104-0041東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル　TEL03-3206-1641（販売）　FAX03-3551-1208

定価：780円
本体743円

雑誌03679-07

4910036790751
00743